BANCOS
Bradesco reverte trajetória de queda nas receitas com crédito e tem lucro de R$ 4,7 bilhões, uma alta de 12%

O NOVO ESTILO DA LEVI'S
Grife que inventou a calça jeans há 151 anos quer atrair os consumidores interessados em vestir além do básico

BLACK MONDAY
Medo de recessão nos EUA espalha pânico pelas bolsas e aumenta risco sobre câmbio e inflação no Brasil

MARTIN GALDEANO
presidente da Ford América do Sul

A reinvenção da Ford no Brasil

Montadora americana define uma nova e ambiciosa estratégia para o País, depois de fechar suas fábricas e desistir de produzir por aqui. Um terço das inovações da marca no mundo já sai dos laboratórios de tecnologia e desenvolvimento de São Paulo e da Bahia, com mais de 1,5 mil engenheiros

INÊS 249
Dicas de ouro Bradesco para não cair em cilada.
BLOQUEADO
Perdeu seu cartão de crédito?
Bloqueie no app Bradesco.
Achou? Desbloqueie.

O RESFRIADO DOS EUA

E mais uma vez ocorre a circunstância que corrobora o corolário: os EUA dão um espirro, o mundo pega um resfriado. A simples suspeita de que a maior economia global poderia entrar em recessão colocou as bolsas do planeta em convulsão nos últimos dias. Foi um "Deus nos acuda", com o valor dos papéis derretendo e pregões com queda diária de até 10%, como ocorreu no Japão. Era como se uma nova crise de proporções bíblicas estivesse por acontecer. A variável da política de juros americana era o farol a conduzir essa montanha-russa de emoções financeiras, e tanto investidores como corretoras em geral prenderam a respiração à espera de um desfecho que, supunham, seria dramático. Era fogo de palha.

Por mais que a economia na terra do Tio Sam e a variável política das eleições por lá inspirem cuidado e alertas, nada de concreto indica um apocalipse. Ao contrário, bastaram apenas alguns dias a mais para que os receios gerais fossem dissipados e a roleta dos aplicadores voltasse à normalidade. Tóquio se recuperou e, em efeito cascata, as demais bolsas seguiram com o abrandamento das preocupações quanto à saúde da economia americana. Praticamente desde outubro de 1987, em meio a um crash de escala global, as oscilações não tinham sido tão agudas. Com a cabeça fria, analistas e investidores puderam notar que, desta feita, haviam sido embalados numa onda que não passava de marola.

A volatilidade não cessou totalmente, muito embora a recuperação técnica das ações tenha se consumado com a sinalização de subida. Novamente foi o medo que dominou os mercados e, em parte, naturalmente, também a habitual especulação que leva alguns a lucrar muito perante a ansiedade e o temor dos demais. O aprendizado que se tira dessa derrocada geral pré-fabricada é que o planeta das aplicações voláteis não é para todo mundo. Habitá-lo e conviver com as suas variáveis requer sangue-frio e mentalidade calculista. Atenção e serenidade. A resposta da praça certamente foi pesada demais ante os sinais ainda rarefeitos de enfraquecimento da produção americana. Ocorreu uma venda em série e exacerbada dos papéis de companhias dos EUA em um desmonte chamado pelos especialistas de "carry trade", desencadeando o nervosismo cíclico. Depois, em efeito rebote, as jogadas voltaram atrás com os técnicos lutando para explicar e justificar a extremidade das tensões que levaram ao descarte de títulos.

Em suma, a conclusão predominante foi de que ocorreram vendas forçadas, sem maiores fundamentos. No contrafluxo, ocorreram oportunidades de compra que não foram desperdiçadas pelos tubarões de sempre. Claro, como efeito colateral, o câmbio movido a dólar deu saltos pirotécnicos em escala intercontinental e agravou as perdas de muitos. De uma forma ou de outra, o pânico das bolsas se mostrou exagerado e a correção de rota, inevitável. Foi mais um refluxo passageiro, que vem trazendo estragos. Os EUA não devem entrar em recessão. Pegou, sim, um resfriado, e logo passa. O risco enquanto isso é o mundo dos investidores ficar com pneumonia.

Carlos José Marques
Diretor editorial

FOTOS: SILVIA ZAMBONI | TONI PIRES | SALVADOR HERNANDEZ PORTILLO | CLAUDIO GATTI

Índice

CAPA Foto: Silvia Zamboni

INÊS 249

VIAGEM AO CHILE

LULA SENTE (FORA DO BRASIL) O PESO DA PALAVRA NÃO DITA

Em terras chilenas não bastaram os 19 acordos bilaterais que o presidente Lula assinou ao lado do líder do Chile, Gabriel Boric, para cooperação em tecnologia, pacto contra pobreza e aberturas de mercado. O tom da viagem foi o que o presidente do Brasil disse — ou melhor, não disse — sobre as eleições na Venezuela. Em um dos eventos, Lula chegou a ser vaiado e diante dos jornalistas, a pergunta mais frequente era a opinião do líder do maior País da América Latina sobre a reeleição de Nicolas Maduro. A pressão foi ainda mais forte após Edmundo González se autodeclarar presidente. "Ele ainda nem tomou posse e vocês querem que eu me posicione", disse Lula sobre o tema, evitando formalizar o apoio. No Palácio do Planalto, o tom adotado também é de cautela. A saia justa diplomática tem aberto feridas antigas dentro do partido e colocado em lados opostos membros da cúpula do governo. Por enquanto, a decisão oficial é não tocar no assunto. E foi o que Lula fez em sua passagem pelo Chile. Em sua fala oficial no Palácio de La Moneda, em Santiago, ele reforçou os laços diplomáticos. Ele assinou um acordo, entre outros pontos, para reconhecer a validade da CNH brasileira em terras chilenas "A integração sul-americana faz diferença na vidas das pessoas". Ele esqueceu, no entanto, que se posicionar sobre o que acontece nos vizinhos, como a Venezuela, também faz.

BALANÇA COMERCIAL

Brasil tem superávit menor que em 2023

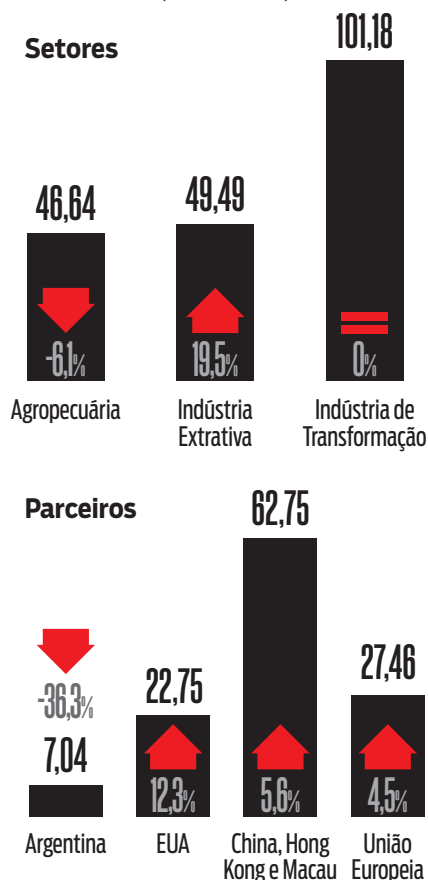
A balança comercial alcançou um saldo positivo de US$ 7,6 bilhões em julho, segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) divulgados nesta terça-feira (6). O saldo ficou 6,6% abaixo do registrado em julho do ano passado, quando a balança comercial registrou resultado positivo de US$ 8,2 bilhões. Em julho de 2024, comparado a igual mês do ano anterior, as exportações cresceram 9,3% e somaram US$ 30,92 bilhões. No acumulado de janeiro a julho 2024, sobre um ano antes, as exportações cresceram 2,4% (US$ 198,20 bilhões). As importações cresceram 5,6% (US$ 148,65 bilhões). No ano, a balança comercial teve superávit de US$ 49,56 bilhões, 6,1% menos que um ano antes. Veja os destaques:

LÁ E CÁ Principais destaques da balança comercial no primeiro semestre

(Em US$ bilhões)

Fonte: Mdic

FOTOS: RICARDO STUCKERT / PR I FREEPIK

INÊS 249

INCERTEZA
BC não descarta subida de juros

O Banco Central se mostrou mais preocupado com a alta do dólar, e seu impacto na inflação futura, e informou que "não hesitará em elevar a taxa de juros para assegurar a convergência da inflação à meta se julgar apropriado". A informação consta na ata da última reunião do Comitê de Política Monetária (Copom), realizada na semana passada, quando a taxa básica de juros da economia foi mantida inalterada em 10,5% ao ano. Foi o segundo encontro seguido de manutenção da Selic. De acordo com o BC, os movimentos recentes de alguns dos condicionantes para a dinâmica da inflação, tais como as expectativas de inflação e a taxa de câmbio, com o dólar subindo fortemente nas últimas semanas, foram amplamente debatidos no encontro da última semana.

JOGOS OLÍMPICOS
A medalha vale ouro *(o prêmio em dinheiro, não)*

As medalhas que os atletas brasileiros ganharam nas Olimpíadas de Paris neste ano estão isentas de imposto. O prêmio em dinheiro, no entanto, será tributado pela Receita Federal. Em nota, o Fisco afirmou que a isenção das medalhas olímpicas trazidas pelos atletas está garantida pela Lei 11.488/2007. "A Receita Federal garante que entrar no País com a medalha olímpica é um processo rápido e fácil, sem burocracia. Os campeões brasileiros podem ficar tranquilos. Todos serão recebidos com admiração e aplausos", diz a nota oficial. Mas, afinal, quanto ganha um atleta campeão olímpico?

Esporte individual

Até 6 jogadores*

Até 7 jogadores*

*dividido entre todos os atletas

INDICADOR
Varejo fraco na Zona do Euro

Não é só o mercado europeu que está de mau humor. O volume de vendas no varejo da Zona do Euro diminuiu 0,3% em junho em relação a maio, numa retração mais intensa que a queda de 0,1% estimada por analistas. Segundo dados do Eurostat, o escritório de estatísticas da União Europeia, o recuo na comparação com o mesmo mês do ano passado também foi de 0,3%.Em maio de 2024, o volume do comércio varejistas na área da moeda comum europeia havia crescido 0,1%. Na comparação mensal, o varejo europeu caiu 0,7% no setor de alimentos, bebidas e tabaco, diminuiu 0,1% para os produtos não alimentares (exceto combustível automotivo) e cresceu 0,5% no segmento específico de combustíveis.

ERRATA

Diferentemente do publicado no título da matéria da Volvo, na edição 1387, "Volvo liga os tratores na tomada", a empresa não fabrica tratores, mas outros equipamentos da linha amarela, como escavadeiras, carregadeiras e máquinas pesadas, tratados na matéria de forma genérica como "tratores".

FUNDADOR: DOMINGO ALZUGARAY (1932 - 2017)

EDITORA
CATIA ALZUGARAY

PRESIDENTE-EXECUTIVO
CACO ALZUGARAY

DIRETOR EDITORIAL
CARLOS JOSÉ MARQUES

DIRETOR DE NÚCLEO
MARCOS STRECKER

REDATOR-CHEFE
HUGO CILO

EDITORES: Alexandre Inacio, Beto Silva e Paula Cristina
REPORTAGEM: Aline Almeida, Allan Ravagnani, Jaqueline Mendes e Letícia Franco

ARTE
DIRETOR DE ARTE: Jefferson Barbato
DESIGNERS: Christiane Pinho e Iara Spina
ILUSTRAÇÃO: Fabio X
PROJETO GRÁFICO: Ricardo van Steen (colaborou Bruno Pugens)

ISTOÉ DINHEIRO ON-LINE
EDITOR EXECUTIVO: Airton Seligman
WEB DESIGNER: Alinne Nascimento Souza

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amélia Scarcello
Assistente: Cláudio Monteiro

MERCADO LEITOR E LOGÍSTICA
Diretor: Edgardo A. Zabala

Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4566 de 2ª a 6ª feira 10h às 16h20, sábado 9h às 15h.
Outras Capitais: 4002-7334
Outras Localidades: 0800-888-2111 (exceto ligações de celulares)
Assine: www.assine3.com.br
Exemplar avulso: www.shopping3.com.br

PUBLICIDADE - Contato: publicidade1@editora3.com.br

Diretora de Publicidade: Débora Liotti - deboraliotti@editora3.com.br; **Gerente de Publicidade:** Fernando Siqueira - Publicidade1@editora3.com.br; **Secretária da diretoria de publicidade:** Regina Oliveira - reginaoliveira@editora3.com.br; **Diretor de Arte:** Pedro Roberto de Oliveira - **Contato:** publicidade@editora3.com.br

ARACAJU – SE: Pedro Amarante • Gabinete de Mídia • Tel.: (79) 3246-4139 / 99978-8962 – **BELÉM – PA:** Glícia Diocesano • Dandara Representações • Tel.: (91) 3242-3367 / 98125-2751 – **BELO HORIZONTE – MG:** Célia Maria de Oliveira • 1a Página Publicidade Ltda. • Tel./fax: (31) 3291-6751 / 99983-1783 –**FORTALEZA – CE:** Leonardo Holanda – Nordeste MKT Empresarial – Tel.: (85) 98832-2367 / 3038-2038 – **GOIÂNIA –GO:** Paula Centini de Faria – Centini Comunicação – Tel. (62) 3624-5570/ (62) 99221-5575 – **PORTO ALEGRE – RS:** Roberto Gianoni, Lucas Pontes • RR Gianoni Comércio & Representações Ltda • Tel./fax: (51) 3388-7712/ 99309-1626

Dinheiro (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda.
Redação e administração: Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo-SP, CEP: 05067-900. Tel.: 11 3618 4200 •
Dinheiro não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados.
Comercialização e Distribuição: Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, 1212 – São Paulo-SP.
Impressão e acabamento: D'ARTHY Editora e Gráfica Ltda. Rua Osasco, 1086 - Guaturinho, CEP 07750-000 Cajamar - SP

POR HUGO CILO

Weleda faz um detox em b

Líder mundial em cosméticos orgânicos e naturais, a suíça Weleda pretende se tornar uma gigante global também em medicamentos antroposóficos (medicina alternativa criada na década de 1920 por Rudolf Steiner e Ita Wegman). Para isso, o Brasil é peça-chave. Segundo a CEO da companhia no Brasil e América Latina, **Maria Claudia Villaboim,** o plano é consolidar a transição de uma farmácia de manipulação para um laboratório farmacêutico especializado em fórmulas que tratam saúde mental, reforçam a imunidade e melhoram a qualidade de vida. “Entre todos os mercados da Weleda no mundo, o Brasil é o único que tem medicamento, com 75% das vendas, superior ao segmento de cosméticos, que hoje responde por 25%”, afirmou a executiva. No ano passado, a Weleda atingiu a marca inédita de R$ 100 milhões em faturamen-

SEM PARAR COM **FOCO NA SAÚDE**

A Sem Parar Empresas, líder de mercado em meios de pagamentos automáticos, vai começar a oferecer produtos voltados à saúde em parceria com a plataforma Avus. As empresas que contratarem o serviço disponibilizarão a seus funcionários telemedicina, plantão 24h, consultas, exames e descontos em medicamentos. “A expectativa dessa parceria é tornar a vida dos trabalhadores mais simples e descomplicada em relação à saúde, facilitando procedimentos, compras de medicamentos e consultas de rotina", disse **Aline Miranda**, diretora-executiva da Sem Parar Empresas. “A empresa também se beneficia, pois, com a saúde em dia, o colaborador fica muito mais produtivo e feliz no ambiente de trabalho.”

INOVAÇÃO ABSTRATA, **INVESTIMENTO CONCRETO**

A Abstrato Inovação & Tecnologia, sob comando do CEO e fundador **Daniel Collaço**, vem se destacando no mercado nacional de TI. A empresa recebeu o título de Empresa Inovadora 2024, concedido pelo Connect Week Brasil. A startup, fundada em 2020, prepara investimento de R$ 50 milhões para ampliar suas operações dentro e fora do Brasil, segundo Collaço. “A empresa cresceu rapidamente e se posicionou como uma referência em soluções disruptivas e tecnologia avançada”, disse o CEO. “Com uma trajetória marcada pela inovação e liderança de mercado, continua investindo em propriedades intelectuais e soluções tecnológicas exclusivas, solidificando seu papel como um agente transformador na nova economia.”

FOTOS: LUCAS SEIXAS | RICARDO MATSUKAWA | PEDRO REGIS | DIVULGAÇÃO

INÊS 249

n busca do primeiro bilhão

to no Brasil e de 400 milhões em euros no mundo. Quando assumiu a operação brasileira, há sete anos, as vendas aqui eram de apenas R$ 27 milhões. A expectativa para 2024 é chegar próximo a R$ 120 milhões. “Vamos multiplicar por dez nossos resultados nos próximos dez anos, superando o primeiro bilhão antes de 2030”, disse a CEO. Todo esse otimismo está apoiado nos recentes lançamentos da marca. As mais recentes novidades são o Ansiodoron líquido, voltado ao tratamento de ansiedade, e uma ampla linha de chás em sachês para ajudar a acalmar, ajudar a dormir, para digestão ou simplesmente para melhorar a saúde. “A partir do Brasil, vamos exportar para diversos mercados no mundo e contribuir para uma sociedade mais saudável e, quando possível, menos dependente de remédios convencionais.”

EXPOSIÇÃO DANADA DE BOA

Em tempos de discussões acaloradas sobre a maconha no Brasil, São Paulo receberá a maior feira do setor, a ExpoCannabis Brasil 2024. A segunda edição do evento, entre 15 e 17 de novembro, será triplicada neste ano para os participantes. Mais de 300 empresas estão confirmadas, segundo **Larissa Uchida**, CEO do evento. Haverá representantes dos ramos medicinal, industrial (papéis e acessórios), comércio (tabacarias e headshops), bebidas (terpenadas e para harmonização), sementes e tecnologia. “Espero que a ExpoCannabis continue fortalecendo sua posição como o principal ponto da indústria da cannabis no Brasil, inspirando novas parcerias e inovações", disse.

INVESTIMENTO NA EDUCAÇÃO DIGITAL

A DOT Digital Group, edtech pioneira no mercado de educação corporativa digital no País, vai investir R$ 25 milhões em Inteligência Artificial (IA) e novas tecnologias. O objetivo, segundo o CTO **Rodrigo Zerlotti**, é oferecer soluções inovadoras em treinamento e desenvolvimento, promovendo um aprendizado onde o aluno se torna o protagonista da sua própria jornada. Os programas de treinamento serão focados em áreas como agro e saúde. “Estamos desenvolvendo sistemas que permitem interações ricas e variadas: entre professor e sistema, professor e aluno, aluno com IA e aluno com aluno”, disse o executivo. “Nosso objetivo é criar modelos de propósito específico para cada indústria.”

“Nenhuma fonte de energia precisa de subsídio no Brasil”

Ele aponta que excesso de incentivos a fontes de energia como solar, eólica e GD podem causar aumento de até 14% na conta de luz para todos os brasileiros

Allan RAVAGNANI

As distribuidoras de energia – Enel, Light, etc – estão preocupadas com algumas propostas legislativas inicialmente criadas para incentivar a geração de energia por fontes renováveis como solar, eólica e geração distribuída. Para a Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica (Abradee), os projetos iniciais eram razoáveis, mas foram sendo incorporadas emendas "jabutis" e podem acarretar um grande desequilíbrio no setor de energia, podendo inclusive causar um impacto de quase R$ 30 bilhões nas tarifas de energia, levando a um aumento de quase 14% nas contas de luz dos brasileiros. Em conversa com a DINHEIRO, Marcos Madureira, presidente da Abradee, afirmou que a entidade não é contra nenhum tipo de fonte de energia, "muito pelo contrário", são apenas contra as distorções causadas por incentivos. A Abradee divulgou estudo de impacto dos PLs e expôs a preocupação do setor com os possíveis aumentos, pois quem que irá repassar o custo nas tarifas ao consumidor e sofrer desgaste de imagem é a distribuidora. Madureira também falou de segurança energética e o mercado livre de energia. "Não somos contra nenhuma fonte de energia. Elas têm de ser competitivas. Mas é preciso que haja um planejamento para garantir a segurança do sistema elétrico, e é fundamental que o preço da energia seja justo para todos", afirmou Madureira.

DINHEIRO — Quais Projetos de Lei podem causar aumento nas contas de luz?

MARCOS MADUREIRA — O problema não são os projetos originais, são os jabutis inseridos neles, o primeiro é o PL 11.247/2018, que regulamenta a geração eólica offshore, e o outro é o 624/2020, que cria o Programa Renda Básica Energética (Rebe). Além de aumentar os custos, esses projetos ainda são ameaças à segurança do sistema elétrico nacional, por envolverem medidas que irão aumentar a injeção de energia a partir da geração distribuída na rede, podendo provocar instabilidade no Sistema Interligado Nacional (SIN).

Elas não necessitam mais de subsídio?

Não, a energia solar não precisa mais de subsídios, na verdade, nenhuma fonte de energia precisa. Essas fontes se popularizaram e ganharam escala, hoje em dia são muito competitivas em termos financeiros, elas vão continuar se desenvolvendo, gerando empregos e tendo lucratividade, mas não precisam mais dos incentivos. As fontes solar e eólica tiveram uma evolução tecnológica muito grande nos últimos anos, o custo de implantação de painéis solares, por exemplo, caiu 80% em 12 anos, antes elas não eram competitivas, agora são as mais baratas.

Alguém paga por esse incentivo, não é?

Claro, eles são cobrados nas tarifas de energia que são pagas por toda a população, todos os clientes das distribuidoras, inclusive os brasileiros de baixa renda, então não é justo obrigar esses consumidores a subsidiar o lucro de quem já tem condições de pagar pelos próprios investimentos. Todas fontes tem condições de serem competitivas, já existe uma tarifa social para o consumidor de menor renda, mas o que temos vistos são projetos que visam atender determinados segmentos, de alta capacidade econômica, e quem tá pagando a conta são os pequenos e médios consumidores. Isso sem contar os subsídios atuais, que já são cobrados na conta de energia, por exemplo, hoje nós temos uma legislação que dá subsídio para o carvão mineral, para produzir energia por carvão. O projeto quer estender o prazo para que esse carvão continue tendo subsídios.

> As energias solar e eólica tiveram uma evolução tecnológia muito grande nos últimos anos, que reduziu seus preços em até 80%, elas estão competitivas"

Quais os outros jabutis nos PLs?

O projeto também amplia a contratação de usinas térmicas a gás, pequenas centrais hidrelétricas (PCHs), manutenção da operação de térmicas a carvão mineral e benefícios para a construção de plantas de hidrogênio e usinas eólicas no Sul do País, mas essas contratações são desnecessárias, já que o mercado vive um momento de sobreoferta de energia. Já o PL 624, que está no Senado, prevê a ampliação do prazo para que projetos solares sejam incluídos no regime antigo de subsídios, onerando a tarifa inclusive para os consumidores de baixa renda.

Mas como isso vai aumentar a conta de luz, de fato?

Sim, vamos lá, segundo um estudo feito pela Abradee, o total desses novos subsídios, se somados, chegará a aproximadamente R$ 29 bilhões por ano, que deixarão de ser cobrados dessas empresas, mas alguém terá de pagar, então esse montante deve levar a um incremento de até 14% na conta de luz das pessoas e empresas.

Sobre a Geração Distribuída, qual é o ponto de discordância?

Geração Distribuída são as unidades produtoras de energia que ficam muito próximas dos consumidores, por exemplo, fábricas que constroem uma pequena usina de geração para utilizar a própria energia. Isso é bom. Mas a GD já é o segundo item de mais subsídios na conta dos brasileiros, o projeto quer estender prazo desses benefícios até 2045, aquelas usinas que tiveram até 2023, o pessoal quer estender o prazo. Elas não precisam de mais subsídios, pois esse tipo de geração beneficia cerca de 3 milhões de brasileiros, a maioria de alta renda, aqueles que podem instalar uma fazenda solar, por exemplo, redes de varejo, bancos, empresas de telecom, grandes empreendimentos, então basicamente beneficia o topo da pirâmide social.

A conta de luz já é um grande peso no orçamento das famílias...

Sim, aumentar a conta de luz é cruel

porque também é elevar o preço do pão, do leite, enfim, tem uma reação em cadeia porque tudo precisa de energia para ser produzido. O que falta é um olhar sistêmico sobre o setor elétrico, que considere as necessidades de confiabilidade e preço adequado. Nosso País precisa fazer uma revisão estrutural de todos os subsídios, que só este ano já somam R$ 17 bilhões, segundo o subsidiômetro da Aneel. Eles são desnecessários e pressionam o bolso da população.

Mudando um pouco o assunto, já que o Sr. falou de 'sobreoferta' de energia, como está atualmente a geração brasileira? O sistema está preparado para responder a um crescimento econômico? Existe risco de apagão?

Não existe esse risco, não temos esse problema. Hoje já temos uma sobreoferta no sistema. Nós temos um conjunto de usinas se candidatando a gerar energia em um volume muito grande e o sistema nacional tem tanto instalada, quanto em potencial oferta, um volume que assegura um eventual crescimento do consumo.

Então as usinas térmicas podem ser menos acionadas?

Não é bem assim, essas usinas trabalham como garantia de segurança e são despachadas (acionadas) quando há necessidade. Por exemplo, falei em sobreoferta, mas a gente tem crescido muito na geração de energia intermitente, ou seja, que não é constante, como um painel solar, que gera muita energia durante o dia, e para durante a noite, ou as eólicas, que podem enfrentar algum período sem ventos, então, apesar de elas serem muito importante, terem um custo baixo e serem ambientalmente responsáveis, elas não asseguram a sustentabilidade do sistema, por isso que é preciso ter uma diversificação de fontes. Então por isso que é importante ter as térmicas, por que se pode opera-las com flexibilidade, utilizando somente quando for necessário. E os projetos que foram propostos eles desincentivam a construção de novas usinas térmicas, porque eles querem colocar que o responsável pela usina teria de construir gasodutos, no caso das térmicas a gás, também uma linha de transmissão para conectar ao sistema, que são coisas que encarecem muito e não compensam a obra, já que esse tipo de usina não é para ser utilizada continuamente.

> Não existe risco de apagão no Brasil, hoje nós temos uma sobreoferta de energia no sistema, um volume que assegura um eventual crescimento mais forte do consumo de energia"

É bom tocar nesse ponto, porque eu quero falar sobre o Mercado Livre de Energia e de empresas que dizem que só consomem energia limpa.

Sim, uma diferença básica entre o mercado livre e o mercado regulado, é que no regulado as distribuidoras precisam cumprir contratos de longo prazo, até 2040, 2050, com a Aneel, adquiridos em leilões de energia. Precisa ter uma cota de geração que dê confiabilidade ao sistema, como comprar energia de termoelétricas, das usinas termonucleares, Itaipú, que é hidroelétrica mas tem seus contratos feitos em dólar, então, tudo isso, encarece a tarifa. Já no mercado livre, o consumidor pode optar por comprar a energia das comercializadoras, e as fontes incentivadas tem um custo bem menor por não terem a obrigação de cumprir determinados contratos, então é uma vantagem para essas empresas que migram, mas quem acaba pagando a conta dessa diferença é o cidadão comum, na conta de luz.

Entendo, mas se o sistema de transmissão e distribuição de energia é o mesmo para o mercado livre e o mercado regulado, como uma empresa pode usar apenas 'energia limpa'?

Não pode, isso é uma falácia. O sistema utiliza energia de todas as fontes, não existe esse negócio de energia limpa, a não ser que a empresa esteja totalmente fora do sistema elétrico, seja 100% off grid, ela não sabe de onde vem a energia que consome.

Recentemente tivemos grandes problemas com distribuidoras de energia, a Enel, em São Paulo, deixou muitos moradores e comerciantes sem luz po vários dias, no Sul, com as enchentes, também teve problemas, falou-se até e passar a concessão da Enel, o que está acontecendo?

Foram problemas causados por eventos climáticos extremos, que estão ocorrendo cada vez mais. Recentemente, teve um caso no Texas, que 200 mil pessoas ficaram uma semana sem energia por causa de um tornado. Mas se a gente olhar o funcionamento do sistema como um todo, ele está evoluindo, a cada ano as distribuidoras entregam mais qualidade, os apagões são menores ano após ano. Em São Paulo, infelizmente, ocorreu uma chuva que derrubou árvores sobre a fiação, enquanto no Rio Grande do Sul, a chuva inundou uma parte da rede que estava enterrada. Mas sim, as empresas e o poder público devem estar atentos aos eventos climáticos e como atuar nessas situações, criar resistências para os sistemas. As distribuidoras fazem muitos investimentos, R$ 31 bilhões por ano, 37% para melhoria de qualidade e os outros 63%, para expansão, para chegar a novos usuários. S

INÊS 249

COP-30

SEBRAE E AIRBNB SE UNEM PARA CONFERÊNCIA

De olho na próxima reunião da Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP-30), no Pará, o Sebrae e o Airbnb anunciaram uma capacitação de proprietários de imóveis que já são anfitriões e interessados em entrar na plataforma. A ideia é qualificar novos e atuais anfitriões da Região Metropolitana de Belém para contribuir com o turismo local, antes, durante e após a realização da conferência, em novembro de 2025. A expectativa é capacitar 3 mil pessoas entre empreendedores, anfitriões e membros da comunidade, por meio de cursos e oficinas gratuitas oferecidos pelo Airbnb. "Um dos destaques é o empoderamento econômico da população, que poderá disponibilizar acomodações e se beneficiar economicamente não só da COP-30, mas do legado que o evento vai deixar na cidade", disse Aleksandra Ristovic, gerente de relações institucionais do Airbnb no Brasil.

LOGÍSTICA

NATURA SUBSTITUI DIESEL POR BIOMETANO NA FROTA

A Natura acaba de lançar a primeira frota de carretas movidas a gás biometano. A substituição dos atuais veículos a diesel por 20 novos com combustível verde reduzirá as emissões de carbono em 82%. A mudança engloba 35% de toda a operação de fretes pesados da Natura no Brasil. As novas carretas farão o transporte unificado de coleta e entrega de matéria-prima, insumos e produtos acabados da Natura e da Avon. A frota consiste em 20 cavalos mecânicos e 50 carretas, que transportam as mercadorias. Os novos equipamentos serão responsáveis por cerca de 1.250 viagens mensais. "Pretendemos ampliar ainda mais a nossa frota verde e, neste momento, estamos estudando a rota São Paulo-Minas Gerais com nossos fornecedores para criar um corredor verde com pontos de abastecimento", disse Eduardo Sá, diretor executivo de Operações e Logística da Natura.

COMBUSTÍVEL DO FUTURO AJUDA O AMBIENTE E O BOLSO

Estudo da consultoria Oliver Wyman estima que o programa "Combustível do Futuro" será um dos principais vetores do processo de descarbonização. O PL já foi votado na Câmara dos Deputados e precisa passar pelo Senado para ir à sanção. Se tudo der certo, o projeto poderia reduzir em 15% o tamanho da contribuição que o Brasil precisa no total de emissões. Na prática, o País reduziria em 27 milhões de toneladas a quantidade de CO2 lançada na atmosfera. Nas contas da consultoria, seriam necessários investimentos de R$ 58 bilhões na cadeia de produção de biocombustível para atender a demanda de 11,7 bilhões de litros de combustíveis líquidos e 3,4 bilhões de m3 de biometano, que seria gerada com a aprovação do programa. E não é só no meio ambiente que o projeto pode ter impacto A Oliver Wyman estima que a arrecadação de impostos anual, caso esses investimentos se concretizem, seria de cerca de R$14 bilhões. O Brasil também poderia reduzir sua dependência em relação às importações, da ordem de 54% para combustíveis líquidos e em 38% para a compra de gás natural.

INVESTIMENTO

ANGLO-AMERICAN APORTA R$ 5 BI EM TECNOLOGIA DE REJEITOS

A mineradora Anglo-American está investindo R$ 5 bilhões na implementação de uma planta de tecnologia de filtragem em sua mina localizada em Conceição do Mato Dentro, em Minas Gerais. A ideia é evitar o lançamento de 85% do rejeito total para a barragem, dando continuidade à sua operação de minério de ferro. A previsão é que a nova planta de filtragem inicie os trabalhos até o fim de 2025. “Esse processo vai oferecer inúmeros benefícios ligados à sustentabilidade da operação, entre os quais mais vida útil da barragem e continuidade do empreendimento Minas-Rio”, disse o diretor de projetos, Euler Piantino. Já existem estudos para que a Anglo-American filtre 100% dos rejeitos e reaproveite aqueles já despejados.

EMISSÕES

SP QUER ATRAIR MAIS **ADEPTOS PARA O NET ZERO**

A Secretaria de Meio Ambiente, Infraestrutura e Logística (Semil) de São Paulo quer atrair mais gente para o programa estadual SP Carbono Zero. A entidade criou novas formas de reconhecimento para empresas e entidades que aderirem ao programa, reportando voluntariamente seu inventário de emissões diretas e estabelecendo uma trajetória de descarbonização até 2050. Com a atualização, o selo Platina será concedido para quem comprovar a adesão à campanha Race to Zero, independentemente de seu porte. Já aqueles que se comprometerem a neutralizar suas emissões até 2050, sem terem ainda entrado na Race to Zero, receberão o selo Ouro. O Race to Zero é o programa da ONU que visa zerar as emissões líquidas de carbono até 2050.

PLÁSTICO

EMBALAGEM VIRA DECORAÇÃO

A famosa marca de produtos para cama, mesa e banho, Buddemeyer decidiu começar a substituir o plástico de suas embalagens por materiais biodegradáveis e pelo próprio tecido dos produtos. As novas embalagens foram projetadas para serem reutilizáveis, tornando itens de decoração e organização das roupas de cama. A empresa foi a primeira da indústria têxtil brasileira a receber a certificação Carbono Neutro, reforçando sua liderança em práticas sustentáveis. A estratégia passa pela tentativa de garantir o ciclo produtivo responsável, mitigando os impactos ambientais.

RICARDO VOLTOLINI
É CEO DA IDEIA SUSTENTÁVEL, FUNDADOR DA PLATAFORMA LIDERANÇA COM VALORES, MENTOR E CONSELHEIRO DE SUSTENTABILIDADE

POR QUE ESG NÃO É UMA MODA QUE VAI PASSAR NA PRÓXIMA PRIMAVERA?

Já foi mais frequente, é verdade. Mas ainda há quem insista em cravar que sustentabilidade é uma moda corporativa com data de validade para a próxima primavera. Com o ESG, não tem sido diferente. Incentivados pela narrativa ideológica sobre a morte prematura do ESG, ou mesmo convencidos de que empresas têm uma natureza má e ardilosa, os incrédulos seguem apostando no apocalipse de um movimento para cujo fim parecem torcer por torcer.

Em resposta aos descrentes, costumo usar como contraponto dois cenários poderosos. Um é o da emergência climática. Apesar das reiteradas súplicas dos cientistas e do esforço da ONU por colocar em ação um acordo climático efetivo para a humanidade, os dados indicam que estamos na contramão. Nos últimos anos, aumentamos o volume de emissões de GEEs. Para piorar, os países mais emissores insistem em não cumprir as metas combinadas no Acordo de Paris. A conta não está fechando. E não vai fechar: conforme a Organização Meteorológica Mundial (OMM), ultrapassaremos a marca de 1,5º C em um dos próximos cinco anos.

> "Interessados pela bandeira da proteção ambiental, os millenials querem trabalhar e comprar de empresas mais respeitosas em relação às pessoas e ao planeta"

O outro cenário é geracional. Os millenials (24 a 39 anos) estão assumindo o poder. No topo da pirâmide econômica, representam hoje quase um terço da população global (1,8 bilhão de pessoas). Em 2030, segundo o Banco Mundial, terão nas mãos US$ 4 trilhões. No Brasil, formam 34% da força de trabalho. Serão 70% daqui a seis anos.

Interessados pela bandeira da proteção ambiental, os millenials querem trabalhar, dirigir e comprar de empresas mais sustentáveis, éticas, transparentes e respeitosas em relação às pessoas e ao planeta. Recente pesquisa da Cone Communications confirmou essa tendência: 73% deles estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços sustentáveis. Seis em cada dez preferem apoiar marcas mais sustentáveis. Integrantes da geração Z (14 a 29 anos) também têm se mostrado mais conscientes. Preocupados com o impacto socioambiental de suas compras, 67% topam pagar mais quando reconhecem a origem responsável dos produtos.

Arrisco afirmar que o ativismo dessas duas turmas começa a influenciar a mudança de hábitos de compra de outros grupos etários. De acordo com recente pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), mais de um terço dos consumidores brasileiros alegam deixar de comprar de empresas envolvidas, por exemplo, em episódios de desrespeito a empregados, colaboradores ou meio ambiente. Dos resultados, vale destacar que 50% dos brasileiros acham que selos e certificações socioambientais são importantes. Para a maioria, o consumo consciente está relacionado com desafios ambientais, como o uso sustentável de recursos da natureza (58%).

Os dados justificam otimismo. Cerca de 31% dos consumidores de itens de higiene e beleza valorizam embalagens recicláveis ou biodegradáveis, 55% dos compradores de eletroeletrônicos levam os equipamentos usados para cooperativas ou reciclagem e quase cinco entre dez usuários de marcas de limpeza preferem refil e embalagens recicláveis.

Segundo a pesquisa Green Divide, da Nielsen, 76% dos brasileiros (no mundo são 69%) consideram a sustentabilidade mais importante hoje do que há dois anos. Para quem, como eu, acompanha, há duas décadas, a jornada do consumo consciente no Brasil, esses números revelam uma evolução desejada. A combinação das duas tendências – expansão do consumo consciente (puxado pelas novas gerações) e escalada no aumento da temperatura média do planeta – possibilita uma conclusão: ainda vamos ouvir falar muito de sustentabilidade na próxima década.

CASHBACK OU RECOMPENSAS: SUA EMPRESA SABE QUAL ESCOLHER?

O cashback (dinheiro de volta, em português) consiste em um programa de recompensa ao consumidor, em que é possível ter de volta uma parcela do dinheiro investido em um produto ou serviço.

Além desse retorno, muitos programas de cashback contam com parceiros, permitindo que você compre algo (combustível, uso em aplicativos de comida, etc) com a quantidade acumulada do "dinheiro de volta". Mas isso também pode levar um tempo, ou seja, pode demorar para seu cliente sentir que "recuperou algo".

Para usar esses programas, **é necessário se cadastrar em uma plataforma específica ou fazer download de aplicativos. Depois, basta fazer a compra do produto em um site parceiro e, antes de finalizar a aquisição, é só ativar a opção do cashback.** O retorno do dinheiro pode variar em diferentes porcentagens.

Após a finalização, a loja parceira tem um prazo para avisar o intermediário sobre a compra, para que o dinheiro volte ao cliente ou fique disponível em forma de descontos, vouchers e cupons.

É bem comum que haja confusão entre ações de cashback e estratégias de marketing de recompensas. De fato, ambas têm semelhanças, como a oferta de uma experiência única de compra ao cliente. Porém, o **marketing de recompensas trabalha com a oferta de algo diferenciado ao cliente no valor da compra,** sem necessariamente requisitar um cadastro.

Além do mais, os programas de cashback tornam as relações entre marca e público puramente transacionais, tendo um impacto relativamente baixo no reconhecimento da sua organização. Por outro lado, o **marketing de recompensas oferece opções personalizadas ao cliente,** aproximando a sua empresa dos valores e necessidade de cada comprador, proporcionando a eles viagens, idas ao cinema e até assinaturas de streaming.

As **recompensas instantâneas têm alguns pontos mais vantajosos,** como a aproximação da marca com o cliente, sendo uma ótima estratégia para aumentar a **conversão de leads** (potenciais clientes).

Segundo uma pesquisa realizada pela SmarterHQ, cerca de 90% dos consumidores estão dispostos a oferecer seus dados de comportamento de compra, em troca de benefícios adicionais para melhorar a experiência de compra.

Conheça algumas ações do marketing de recompensas:

GRATIFICAÇÃO INSTANTÂNEA

As gratificações instantâneas são brindes que os clientes recebem na hora, após realizar alguma ação (compra de produto, cadastro em plataforma, etc.). Muitas empresas investem em brindes como **infoprodutos,** ou seja, trocam **conteúdos de qualidade** por dados de comportamento do consumidor. Assim, é possível realizar uma pesquisa de mercado mais assertiva.

CONEXÃO EMOCIONAL

O marketing de recompensas é capaz de gerar uma conexão emocional com os seus clientes, pois se sentem especiais e vão lembrar da sua marca sempre. Como efeito, além de aumentar as taxas de conversão, você também conquista a fidelização do público e maior índice de vendas.

MAIOR RETORNO DE VALOR

O maior retorno de valor depende fundamentalmente de boas estratégias de marketing. Com a oferta de recompensas instantâneas, muitos consumidores se sentem especiais, próximos da marca e não se importam tanto com o preço (ao contrário, eles dão importância à experiência de compra).

MAIOR ENGAJAMENTO DO PÚBLICO

Outro resultado positivo do marketing de recompensas em comparação aos programas de cashback é o maior engajamento do público. Isso porque as pessoas passam a ver a sua marca com mais carinho e afetividade quando recebem uma recompensa, especialmente se ela for instantânea.

RETENÇÃO DE CLIENTES

A retenção de clientes também aparece como uma vantagem competitiva do marketing de recompensas em relação aos programas de cashback. Muito disso deve-se à curiosidade do público em relação às recompensas instantâneas e porque o consumidor se sente valorizado pela marca.

TEMPESTADE NO JAPÃO N

 ILUSTRAÇÃO: IMAGEM GERADA POR IA/OPEN.AI

INÊS 249

MUDA CLIMA NO MUNDO

DERRETIMENTO DA BOLSA DO JAPÃO REFLETIU A SITUAÇÃO DA ECONOMIA GLOBAL: INCERTA, INTENSA E PRECIPITADA

Paula CRISTINA

No universo da cultura pop japonesa reside uma forma de desenho que caiu no gosto dos ocidentais. Chamados de mangás e animes, são histórias contadas com toques expressivos, reações exageradas e personagens marcantes. Quando o índice Nikkei, da bolsa de valores japonesa, derreteu 12,4% em um dia, o resto do mundo acompanhou os desdobramentos como se fosse um episódio de anime. Este foi o maior tombo diário do indicador desde 1987, quando aconteceu o que ficou conhecido como Black Monday. A confluência de fatores que levaram a esse capítulo tenebroso é mais um sintoma que um desfecho. O mercado financeiro global segue em alerta com a economia mundial, o crescimento das tensões e as incertezas políticas são veneno para quem vive de expectativa e, daqui em diante, há grandes chances de que esse plot twist na história dos mercados aconteça mais algumas vezes ao longo da temporada. "Desde a pandemia, o ritmo do mundo é outro, os desdobramentos são novos e os desafios maiores e mais recorrentes. Não vai parar por aqui mas, para cada problema, há uma solução", disse à DINHEIRO o economista iraniano Nouriel Roubini, autor do livro *A Economia das Crises*.

Um indicador que mensura bem essa previsão é o VIX, também conhecido como Índice do Medo, que chegou a saltar 130% ao longo da segunda-feira (5), batendo U$ 53,99 e respondendo com forte aversão aos riscos que se apresentam. Desenvolvido pela Chicago Board Options Exchange (CBOE), esse indicador leva em conta o preço de opções do S&P 500 para 30 dias – e o instrumento derivativo, usado para proteção de possíveis perdas, mede as expectativas do mercado para a volatilidade neste período. "O mundo não vai bem. São juros incoerentes, populismo e autoritarismo se misturando novamente. São nações em guerras intermináveis e protecionismo em alta, os mercados reagem a tudo isso e antecipam os problemas", afirmou o economista, que também é conhecido como Dr. Catástrofe entre seus alunos na New York University Stern School of Business.

No topo das preocupações globais, e o que responde em partes o comportamento considerado por alguns analistas como exagerado da bolsa japonesa, estão os temores de recessão nos Estados Unidos. Também acendeu o alerta para a intensificação do conflito geopolítico no Oriente Médio. O chefe do grupo terrorista Hamas Ismail Haniyeh foi morto em Teerã, no Irã, também na última semana. E, agora, há promessas de retaliação. O comércio global também tende a andar de lado este ano, com uma variação de 0,1% em 2024, para US$ 53 trilhões, segundo

> **A única certeza é de que o futuro não se parecerá em nada com o passado. Mas, para cada novo problema, há uma nova solução**
>
> **NOURIEL ROUBINI**
> ECONOMISTA

estimativas do Fundo Monetário Internacional (FMI), que alerta para a dificuldade das economias, desenvolvidas e emergentes, estimular seus respectivos PIBs.

Como em todo bom anime japonês, as reações foram maximizadas, inclusive no Brasil. Pelo menos é o que avalia o professor de finanças e mercado financeiro da Fipecafi Hudson Bessa. "É importante salientar que a Black Monday está sendo seguida de uma forte recuperação, o que denota falta de convicção do mercado, em relação aos preços dos ativos." De acordo com ele, a reação foi exagerada, mas ainda assim indica desaceleração mais aguda em função das expectativas. "Um fator que tem contribuido foi um recuo mais pronunciado das cotações das Big Techs, em decorrência das suspeitas que os *valuations* estejam elevados demais. O que pode dar início a uma onda de pessimismo mais profunda."

Na segunda-feira (5) as maiores empresas de tecnologia perderam quase US$ 1 trilhão em valor de mercado, derrubada que aconteceu como reflexo do movimento da Berkshire Hathaway, empresa do megainvestidor Warren Buffet, que vendeu metade de suas ações na Apple. O movimento foi visto como uma readequação do mercado ao potencial das empresas que investem em tecnologia artificial. "Tivemos uma correção de ações de tecnologia. Além do Buffet, houve queda de 25% da Intel na semana passada", analisa Paulo Gala, economista-chefe do Banco Master. "Nvidia sozinha vale mais que a bolsa da Alemanha, cheia de empresas consolidadas. Essa liquidação das empresas de tecnologia e das criptomoedas também traz mais tensão."

PAPEL DOS EUA Para contribuir com essa aversão, em meio à disputa pelo governo norte-americano, a saída de Joe Biden da corrida e o crescimento de Donald Trump, o *payroll*, um dos principais relatórios de emprego dos Estados Unidos, reportou abertura de 114 mil vagas não agrícolas em julho. O número veio bem abaixo dos 175 mil postos esperados pelo mercado financeiro. O setor privado gerou 97 mil postos de trabalho, a segunda menor leitura desde dezembro de 2020. Com isso, a taxa de desemprego subiu para 4,3% (ante 4,1%). Os números do mercado de trabalho vieram apenas dois dias depois de o Federal Reserve (Fed, o banco central americano) decidir manter suas taxas de juros inalteradas por, pelo menos, mais 45 dias.

Hoje, a taxa básica está entre 5,25% e 5,50%, maior patamar em 21 anos. Juros altos encarecem processos de tomada de crédito e financiamento para pessoas e empresas, o que tende a reduzir a atividade econômica e diminuir o consumo da população. Podem causar justamente

MARCO ZERO
Derretimento de 12% nas ações japonesas foi o estopim para o contágio das bolsas globais

 | FOTOS: TOMOHIRO OHSUMI/GETTY IMAGES VIA AFP | JEENAH MOON/GETTY IMAGES VIA AFP | DIVULGAÇÃO

uma recessão nos EUA, e elevar o preço dólar mundo afora, e derrubar bolsas. no Brasil, a moeda americana chegou a bater R$ 5,84% na Black Monday. O Fed, contudo, não se sentiu confortável até o momento para reduzir as taxas, pois buscava levar os índices de inflação de volta para a meta de 2%. Para o professor de finanças da Fipecafi Felipe Nasciben, ainda que os dados norte-americanos não sejam positivos, não há indícios de que a recessão nos Estados Unidos esteja tão próxima. "Ainda que o nível de atividade americana e o *payroll* não esteja em linha com a expectativa, não significa que a economia americana não esteja crescendo. A China apresenta crescimento tímido comparado ao seu próprio histórico, mas segue avançando."

REAÇÃO EM CADEIA
Nos EUA, caiu em US$ 1 trilhão o valor de mercado das sete maiores empresas de tecnologia, e ações desabam

NOVA TEMPORADA Durante o evento Fronteiras do Pensamento, em São Paulo, Nouriel Roubini, que é radicado nos Estados Unidos, falou sobre seu novo livro *Megatendências: Dez Tendências Perigosas que Ameaçam Nosso Futuro e Como Sobreviver a Elas*. Foi o iraniano que previu a crise financeira global de 2008 – nomeando, inclusive, a causa, o estouro da bolha do subprime no mercado de hipotecas americano. Desta vez o alerta é mais generalizado. Para ele, a pandemia inverteu os riscos e colocou a sociedade e a economia no centro da crise. Antes de 2019 os riscos eram hiperglobalização, deflação e estagnação. Hoje, se fala em desglobalização, inflação e estagflação. "Pré-Covid o dólar era supremo, a única moeda possível para reservas internacionais. Hoje, todos falam de desdolarização."

E isso explica, segundo ele, o cenário de ansiedade. Não há referência histórica para este movimento. E se para muitos, inclusive o governo brasileiro, a economia verde surge para dar tração na economia mundial, Roubini joga água no chopp. "Há um trade-off entre crescimento econômico e descarbonização", afirma. De acordo com ele, a ideia de que a transição para uma economia de baixo carbono induz o crescimento é desequilibrada. "A velocidade de adoção de energias alternativas, como eólica e solar, não compensa a pressão pela queda nos investimentos em exploração de petróleo." O resultado é um aumento no custo da energia e, mais uma vez, pressão inflacionária.

Outra percepção envolve o uso de inteligência artificial. Ele vê o aumento da massa de desempregados em todo o mundo, em especial os de baixa qualificação. "Naturalmente, haverá a necessidade de fortalecer políticas de bem-estar social, complicando ainda mais o cenário fiscal de muitos países, especialmente os emergentes e os dependentes de commodities importadas." Leia-se Brasil. "A única certeza é de que o futuro não se parecerá em nada com o passado." Uma fala digna de anime e que promete, assim como toda boa história japonesa, ser contada em dezenas de temporadas.

O TIGRINHO NÃO ESTÁ MAIS BUGADO

Governo flexibiliza regras para jogos de azar online e arrecadação pode bater R$ 12 bilhões ao ano

Paula CRISTINA

 FOTOS: REPRODUÇÃO

"BENS E SERVIÇOS CONSIDERADOS SUPÉRFLUOS OU NOCIVOS PODEM SER TRIBUTADOS COM ALÍQUOTAS MAIS ELEVADAS"

JOÃO ELOI OLENIKE, PRESIDENTE EXECUTIVO DO IBPT

Se você costuma zapear pelas redes sociais, em especial o Instagram, já deve ter se deparado com algum influenciador fazendo propaganda de um jogo chamado Tigrinho, ou Fortune Tiger, que é o nome oficial. Também há coelhinho, aviãozinho e outros diminutivos para designar os jogos de azar que prometem render recompensas enormes para os usuários — mas costumam resultar em perdas igualmente grandes. Uma das falas preferidas dos embaixadores destes produtos é "Corre, o Tigrinho 'tá' bugado", em alusão a uma falha no jogo que poderia garantir a vitória do usuário. Sobrevivendo à margem da regulamentação no Brasil, agora o Ministério da Fazenda publicou as diretrizes para o funcionamento deste perfil de jogo. A ideia é deixar mais transparente o jogo para o cliente além de, de quebra, garantir uma arrecadação que se aproxima dos R$ 12 bilhões.

As regras enquadram os jogos nos quais "o resultado é determinado pelo desfecho de evento futuro aleatório, a partir de um gerador randômico de números, de símbolos, de figuras ou de objetos definido no sistema de regras". Por isso as casas de apostas esportivas não entram na regulamentação. Este modelo de multiapostador já foi regulamentado no Brasil ano passado. Nesta nova leva, as empresas responsáveis pelos jogos de azar devem atender algumas diretrizes. O primeiro passo será solicitar uma autorização ao Ministério da Fazenda. Até o momento, cinco empresas fizeram o requerimento.

Também ficou determinado que os jogos devem disponibilizar aos usuários, no momento da aposta, qual é o fator de multiplicação para cada real apostado, de forma que fique definido o valor que o apostador receberá em caso de vitória. Antes da efetivação da aposta, o jogo deve apresentar ao apostador as tabelas de pagamento, com informação de todas as possibilidades de ganho que ele terá. O valor do prêmio não deve ser alterado depois da aposta ter sido realizada.

As exigências de comunicação também aumentaram. Os gráficos devem ser claros com mensagens explícitas sobre o que é preciso fazer para vencer, inclusive o número de símbolos necessários para a vitória. A publicação determina que a sessão de aposta deve ser considerada encerrada após 30 minutos de inatividade do jogador na plataforma. O Ministério da Fazenda proíbe que os jogos online de apostas sejam ofertados em ambientes físicos, por meio de dispositivos eletrônicos, mantendo a proibição das máquinas de jogos de azar, ilegal por aqui desde 1946. No primeiro semestre de 2024, apenas no estado de São Paulo, foram registrados mais de 500 boletins de ocorrência por golpes motivados por este perfil de jogo. As empresas são investigadas em São Paulo, Rio de Janeiro, Ceará e Santa Catarina por estelionato.

Entendendo que o jogo já está em operação e os efeitos nocivos são sentidos tanto no bolso quanto na saúde mental dos usuários, a percepção do presidente executivo do IBPT, João Eloi Olenike, é que o princípio da seletividade pode reduzir os efeitos negativos. "O princípio determina que a alíquota de determinados impostos deve variar de acordo com a essencialidade do bem ou serviço tributado." Ou seja, "bens e serviços considerados essenciais devem ser tributados a alíquotas menores, enquanto aqueles considerados supérfluos podem ser tributados a alíquotas mais elevadas."

TRIBUTAÇÃO E DEPENDÊNCIA Com isso, diz ele, é possível concluir que o princípio existe para desestimular o consumo de produtos e atividades consideradas não necessárias à população, pelo poder discricionário e subjetivo do legislador."Portanto, o governo tem a grande oportunidade de aumentar a arrecadação de tributos, face a condição de se estabelecer altas alíquotas sobre a atividade de apostas e jogos."

Ainda sem alíquota definida e com projeção de início em 2025, o governo federal quer garantir que o tigrinho não esteja mais bugado para influenciadores (e com isso ainda garantir alguns bilhões com a aposta de terceiros)

R$12 BILHÕES

PODEM SER ARRECADADOS COM A TAXAÇÃO DOS JOGOS DE AZAR ONLINE

500 BOLETINS DE OCORRÊNCIA

FORAM REGISTRADOS, SÓ NO ESTADO DE SÃO PAULO, PELO CRIME DE ESTELIONATO CONTRA AS PLATAFORMAS NO ANO DE 2024

O LUCRO DO BRADESCO E A FORÇA DOS BANCÕES

Sistema financeiro brasileiro mostra que tradição ganha jogo e apresenta bons números em rodada de balanços; no Bradesco, sob liderança de Marcelo Noronha, o lucro salta 12%

Paula CRISTINA e Jaqueline MENDES

O sistema bancário brasileiro atravessou uma série de revoluções nos últimos anos. O avanço da internet, a descentralização das operações financeiras e a chegada do Pix foram algumas delas. A cada novo movimento, uma dúvida: será que os bancos tradicionais, aqueles com agência, gerente e tradição, vão sobreviver? Antes que fosse possível responder, mais desafios surgiram. A pandemia, as crises domésticas, a instabilidade externa. Agora, olhando em perspectiva, é possível responder a indagação do mercado financeiro. Sim. Os bancos tradicionais, como Bradesco, Itaú, Banco do Brasil e Santander não apenas sobrevivem, mas crescem com vigor. Exemplo disso é o Bradesco. Sob comando do CEO Marcelo Noronha, começou a entregar a melhora dos resultados após recentes turbulências e cresceu 4,4% no segundo trimestre, sobre um ano antes, com lucro de R$ 4,7 bilhões. Ante o primeiro trimestre, o avanço foi de 12% "[O resultado] mostra que estamos avançando com segurança em linhas centrais para o nosso negócio. É emblemático que expandimos a carteira de crédito e reduzimos a inadimplência ao mesmo tempo", disse Noronha.

Um pilar importante neste caminho, segundo ele, se deu com as operações de crédito, cuja carteira subiu 5% na comparação anual. Ao contrário do que havia acontecido no primeiro trimestre, o banco conseguiu expandir linhas mais lucrativas como as de pessoas físicas e PMEs. "Revertemos a trajetória de queda nas receitas com operações de crédito, voltando a crescer depois de seis trimestres", destacou. A inadimplência caiu 1,4 ponto percentual, para 4,3% na comparação ano contra ano. "Ouvimos que não íamos conseguir reverter a trajetória de inadimplência, depois, que não tínhamos tração para crescer. Estamos provando que conseguimos fazer tudo isso e mais", afirmou o CEO. A virada de chave, explica o executivo, foi a construção de modelos de crédito melhores. "Mas só isso não basta. É preciso ter tração comercial e mostramos que temos isso", completou. Ele ressaltou, porém, que o crescimento é "step by step, sem aceleração maior do que deveria". A aprovação

R$ 912 BILHÕES
ESTAVAM SOB CUSTÓDIA NA CARTEIRA DE CRÉDITO DO BRADESCO AO FIM DE JUNHO

“O que a gente continua vendo pela frente é uma boa dinâmica em todas as linhas do balanço”

MILTON MALUHY FILHO
CEO DO ITAÚ

de empréstimos aumentou cerca de 25% em relação a junho de 2023, mas ainda está 19% abaixo do patamar de 2019, quando o banco aumentou demais a carteira – e viu a inadimplência crescer também.

Daqui em diante o caminho para essa reversão segue o mesmo: aprimorar modelos, processos e eficiência. “Assim, nos sentimos seguros para ir mais rápido no crédito. Essa aceleração da originação vai resultar em aumento da margem líquida nos próximos trimestres.” E a confiança de Noronha se espalhou também pelas corretoras. Em relatório, o UBS-BB reforçou a recomendação de compra na ação do banco, e elevou o preço-alvo em 37% até 2025. Pela análise do banco suíço, o Bradesco entregou números com uma combinação de boas tendências de qualidade de ativos e receita líquida sólida. “Mesmo considerando o cenário macro difícil, as ações do Bradesco registraram uma recuperação material. Acreditamos que a lucratividade do banco pode atingir seu custo de capital no terceiro trimestre de 2025”, informou, em relatório.

Os serviços oferecidos pelo Bradesco, que é um dos pontos fortes dos bancos digitais e que poderia pressionar o Bradesco, também apresentaram aumento. Segundo Noronha, as receitas avançaram em praticamente todas as linhas, com o impulso nos negócios e crescimento da base total de clientes. “Estamos adequando cada vez mais a oferta de produtos às suas necessidades com uso intensivo da Inteligência Artificial.” Para o futuro, diz ele, o plano é “consolidar ganhos a cada balanço. Estamos seguros com nosso ritmo de crescimento dos resultados”, disse.

No Bradesco Seguros, o Retorno Sobre Patrimônio (ROE) bateu 22,1%, com resultado operacional de R$ 4,6 bilhões, 4,1% menor que o do segundo trimestre de 2023. Ante o primeiro trimestre, no entanto, houve incremento de 16,2%. O lucro atingiu R$ 2,2 bilhões, queda de 7,4% na comparação anual e alta de 12,7% na trimestral. Ivan Gontijo, o CEO da Bradesco Seguros, disse que o aumento da base de clientes, a queda da sinistralidade e o lançamento de produtos devem garantir o cumprimento do guidance do ano, que prevê um resultado de 4% a 8% maior.

CRÉDITO DOMINA Quem também apresentou bons resultados foi o Santander Brasil, que registrou lucro líquido recorrente de R$ 3,3 bilhões no segundo trimestre de 2024, alta de 44,3% na base de comparação anual, apoiado por aumento de empréstimos e das tarifas. A receita líquida de juros (NII) subiu 10,6%, para R$ 14,75 bilhões. O retorno sobre o patrimônio líquido médio (ROAE) atingiu 15,5%, 4,3 pontos percentuais a mais. As despesas líquidas com provisões para devedores duvidosos (PDD) totalizaram em R$ 5,896 bilhões, com queda de 2,4% frente o 1T24 e de 1,4% ante o 2T23. O banco comunicou que fez uma provisão adicional de R$ 1,9 bilhão no segundo trimestre, sem especificar o motivo.

A carteira de empréstimos consolidada do banco aumentou 7,8%, para R$ 665,59 bilhões. “Apresentamos uma clara expansão da NII do cliente, impulsionada por volumes mais altos, com a NII do mercado em níveis positivos. As tarifas também

R$1,2 TRILHÃO
ESTAVA SOB CUSTÓDIA NA CARTEIRA DE CRÉDITO DO ITAÚ AO FIM DE JUNHO

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

cresceram de forma consistente", disse o presidente-executivo do Santander Brasil, Mario Leão, no balanço. A margem financeira bruta totalizou R$ 14,751 bilhões entre abril e junho, alta de 10,6% na comparação com o 2T23. As receitas de prestação de serviços e tarifas bancárias totalizaram R$ 5,182 bilhões, alta anual de 17,5%. As despesas gerais, por sua vez, foram de R$ 6,314 bilhões, avanço anual de 4,6%.

Já o Itaú Unibanco registrou lucro líquido recorrente de R$ 10 bilhões no segundo trimestre deste ano, alta de 15,2% sobre um ano antes. O retorno recorrente gerencial anualizado sobre o patrimônio líquido médio totalizou 22,4%, de 20,9% um ano antes. No primeiro trimestre, era de 21,9%. Já a margem financeira cresceu 6,4% em base anual, para R$ 27,665 bilhões. Em teleconferência de resultados, o presidente-executivo do Itaú Unibanco, Milton Maluhy Filho, afirmou que o banco considera possível continuar trabalhando com o ROE acima de 20%, uma vez que a instituição financeira continua "bastante confortável" com a dinâmica de todas as linhas de negócios. "O que a gente continua vendo para frente é uma boa dinâmica em todas as linhas do balanço", afirmou o executivo, em coletiva de imprensa sobre os resultados trimestrais. "A rentabilidade pode cair, contanto que a gente continue trabalhando no conceito de criação de valor."

Em relação ao crédito, o Itaú encerrou o segundo trimestre do ano com uma carteira de R$ 1,25 trilhão. O montante representa 8,9% acima do mesmo período de 2023. Houve expansão da carteira de crédito em pessoa física (3,2%), micro, pequenas e médias empresas (12,5%) e em grandes empresas (16,3%). Em base trimestral, a carteira total aumentou 5,9%. Já o índice de inadimplência acima de 90 dias ficou em 2,7%, estável na base trimestral, mas abaixo dos 3% de um ano antes.

Por fim, o último dos bancões a apresentar balanço, o Banco do Brasil, também reportou bons resultados. O lucro líquido ajustado foi de R$ 9,5 bilhões no segundo trimestre, montante 8,2% maior que um ano antes. O ROE anualizado foi de 21,7% no período. A carteira de crédito ampliada avançou 13,2%, para R$ 1,18 trilhão.

"Vamos correr um pouco mais de risco, mas é calculado, com modelos que nos dão plena segurança de continuar"

TARCIANA MEDEIROS
CEO DO BB

A provisão para créditos de liquidação duvidosa também aumentou, em 8,8%, para R$ 7,8 bilhões em relação ao segundo trimestre de 2023. Em relação ao primeiro trimestre de 2024, houve uma queda de 8,6%. O índice de inadimplência do Banco do Brasil, nos empréstimos com mais de 90 dias de atraso, subiu de 2,9% no primeiro trimestre para 3% ao final de junho. Com isso, o BB prevê provisionar entre R$ 31 bilhões e R$ 34 bilhões no ano fechado. Inicialmente, a projeção para provisões em 2024 estava entre R$ 27 bilhões e R$ 30 bilhões. Segundo Tarciana Medeiros, presidente do BB, o banco seguirá ampliando a oferta de cartão de crédito. "É um risco calculado com modelos que nos dão plena segurança", disse.

Com todos estes resultados pujantes, apesar de todos os pesares da economia, com Black Monday assustando, guerras continuando e recessão se aproximando dos Estados Unidos, os bancos tradicionais provam que têm seu lugar no consolidado mercado financeiro brasileiro. E estão prontos para não perder o posto.

R$ 1,1 TRILHÃO

ESTAVA SOB CUSTÓDIA NA CARTEIRA DE CRÉDITO DO BB AO FIM DE JUNHO

16 DE AGOSTO

RIO DE JANEIRO
HOTEL FAIRMONT COPACABANA

CONFERENCISTAS CONFIRMADOS:

CLAUDIO CASTRO
GOVERNADOR DO ESTADO
DO RIO DE JANEIRO

RONALDO CAIADO
GOVERNADOR DO ESTADO
DE GOIÁS

HELDER BARBALHO
GOVERNADOR DO ESTADO
DO PARÁ

EDUARDO RIEDEL
GOVERNO DO ESTADO
DO MATO GROSSO DO SUL

RENATO CASAGRANDE
GOVERNADOR DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO

MAURO MENDES
GOVERNADOR DO ESTADO DO
MATO GROSSO

WILSON LIMA
GOVERNADOR DO ESTADO
DO AMAZONAS

GLADSON CAMELI
GOVERNADOR DO ESTADO
DO ACRE

FELÍCIO RAMUTH
VICE-GOVERNADOR DO ESTADO
DE SÃO PAULO

EDUARDO PAES
PREFEITO DA CIDADE
DO RIO DE JANEIRO

DIAS TOFFOLI
MINISTRO DO SUPREMO TRIBUNAL
FEDERAL-STF

LUIZ FUX
MINISTRO DO SUPREMO TRIBUNAL
FEDERAL-STF

AYRES BRITTO
PRESIDENTE DO SUPREMO TRIBUNAL
FEDERAL-STF (2012-2014)

RAUL JUNGMANN
PRESIDENTE DO IBRAM
MINISTRO DA DEFESA (2016-2018)

ANDRÉ ESTEVES
SÓCIO-FUNDADOR DO BANCO
BTG PACTUAL

FÁBIO ARAÚJO
DIRETOR DE TECNOLOGIA DO
BANCO CENTRAL DO BRASIL

CAROLINA SANSÃO
DIRETORA DE TECNOLOGIA
DA FEBRABAN

NICOLA MICCIONE
SECRETÁRIO-CHEFE DA CASA CIVIL
DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

LEONARDO LOBO
SECRETÁRIO DA FAZENDA DO
ESTADO DO RIO DE JANEIRO

EDUARDO EUGENIO GOUVÊA VIEIRA
PRESIDENTE DA FEDERAÇÃO DAS
INDÚSTRIAS DO ESTADO DO
RIO DE JANEIRO – FIRJAN

CAIO MEGALE
ECONOMISTA-CHEFE DA
XP INVESTIMENTOS
SECRETÁRIO DO TESOURO
NACIONAL (2019-2020)

MAURÍCIO QUADRADO
PRESIDENTE DO BANCO MASTER
DE INVESTIMENTO

PATRÍCIA ELLEN
CEO DA AYA
SECRETÁRIA DE DESENVOLV. ECONÔMICO
DO ESTADO DE SÃO PAULO (2019-2022)

PATRICK BURNETT
FUNDADOR E CEO DA
INOVETECH

LUZ NA EFICIÊNCIA Martin Galdeano, presidente da Ford na região, vai trocar Buenos Aires por São Paulo para acompanhar de perto a transformação

INÊS 249

FORD PÕE FOCO NO MERCADO BRASILEIRO

Texto **Hugo CILO**, de Buenos Aires (Argentina)
Fotos **Silvia ZAMBONI**

Montadora redefine o papel do Brasil nas estratégias globais e, três anos depois de fechar fábricas, consolida o País como um hub de inovação. O plano agora é produzir tecnologias

O argentino Martin Galdeano, presidente da Ford para a América do Sul, está de malas prontas. Com mudança encaixotada. Na próxima quarta-feira (14), sua mobília zarpa em um navio com destino a Santos, enquanto ele decola de Buenos Aires com a esposa e seus dois filhos, de 6 e 12 anos, rumo a São Paulo. E sem passagem de volta. O executivo vai deixar a capital portenha para morar em um confortável apartamento na Vila Nova Conceição, bairro nobre paulistano, com direito a varanda gourmet e vista para o Parque do Ibirapuera. “Estamos vivendo um turbilhão de sentimentos, entre a tensão de organizar tudo e a euforia de viver em um novo país, em uma nova cultura”, admitiu Galdeano, em entrevista exclusiva à DINHEIRO, em Buenos Aires. “Não tenho dúvidas de que será uma experiência incrível para todos nós, mas o frio na barriga é inevitável”, afirmou o presidente, torcedor roxo do River Plate e apaixonado por surfe nos dias de folga — o que ajuda a explicar a empolgação de viver mais perto da Praia do Tombo, no Guarujá, uma de suas favoritas.

A expatriação de Galdeano não representa apenas o início de um novo ciclo na carreira pessoal, mas simboliza a escala, a importância e a dimensão

TECNOLOGIA BRASILEIRA Com mais de 1,5 mil profissionais no time local de engenharia, o Brasil tem fornecido um terço de todas as inovações do grupo no mundo

de uma revolução já em curso no modelo de operação da Ford do Brasil. Não seria exagero afirmar que o executivo, aos 48 anos, assume uma das maiores missões de sua vida profissional — se não for a maior delas. A ordem da matriz, em Detroit, é consolidar a operação brasileira como uma empresa de tecnologia, no lugar de uma pesada fabricante centenária de automóveis, subsidiária de um colosso industrial que ainda ostenta a quarta posição entre as maiores montadoras do mundo e que detém US$ 136,3 bilhões de receita global, atrás apenas de Toyota, Volkswagen e Mercedes-Benz.

Esse processo de reinvenção da Ford, embora esteja se intensificando, já vem ocorrendo de forma consistente e discreta nos últimos anos. Em contraste à fama de "empresa que abandonou o Brasil", a montadora mantém hoje 1,5 mil profissionais em seu time de engenharia, focados em criar, desenvolver e exportar novas tecnologias para todas as unidades da companhia no mundo. Em 2021, eram apenas 700. Nos últimos 18 meses, 500 engenheiros foram recrutados para ampliar o capital intelectual da operação, tornando o Brasil um dos principais polos de produção tecnológica do grupo. Como resultado, esse cérebro brasileiro produz atualmente um terço de todas as

O PLANO DA FORD NO BRASIL

Foco em SUVs, picapes, veículos comerciais e marcas ícones, como Mustang e Maverick

A mudança cultural tem como base três pilares: **foco, excelência e colaboração**

1.500 especialistas atuam no Centro de Desenvolvimento, com sede na Bahia

O time brasileiro é responsável por **1/3** das tecnologias presentes nos carros da Ford no mundo

Um novo prédio está sendo construído em Camaçari (BA), com capacidade para abrigar mais **1.000** pessoas, incluindo escritórios, laboratórios de desenvolvimento, área de treinamento e auditório

Fazer do Brasil um hub de desenvolvimento e exportação de novas tecnologias

85% do tempo é dedicado ao desenvolvimento de projetos globais, como motores elétricos, carros conectados e tecnologias autônomas

Esse trabalho gerou uma receita de mais de **R$ 500 MILHÕES** em 2023, sendo uma unidade de negócio autossustentável e rentável

Exemplos de tecnologias desenvolvidas pelo time brasileiro

One Pedal Drive (Mach-E): permite dirigir usando apenas o acelerador, sem acionar o pedal do freio

Zone Lighting (F-150 e Lightning): permite que o usuário ative e desative as luzes externas do veículo, útil tanto para momentos de lazer quanto de trabalho

Contour Seats (Lincoln Aviator, Corsair e Navigator): bancos altamente sofisticados que, além de uma grande variedade de ajustes, também oferece opções de massagens com intensidades diferentes. Importante para viagens longas ou para motoristas que passam muito tempo dirigindo

Fonte: empresa

inovações embarcadas nos carros da marca, negócio que gerou meio bilhão de reais em receita para a unidade no ano passado — nada mal para uma empresa que durante quase uma década, entre 2014 e 2021, só viu números vermelhos na última linha do balanço.

Pelos erros e traumas do passado recente, montar carros no País está fora dos planos. Três anos atrás, em 2021, cansada de apanhar nas divulgações globais de resultados, a Ford tomou a drástica decisão de fechar suas linhas de produção no Brasil. As plantas de Camaçari (BA), Taubaté (SP), Horizonte (CE) — onde se fabricava o jipe Troller T4 — e de São Bernardo do Campo, no ABC paulista, apagaram as luzes e fecharam as portas. Mais de 5 mil funcionários diretos foram demitidos. Outras cerca de 120 mil pessoas foram afetadas indiretamente em empresas fornecedoras, inclusive em países vizinhos. “Foi uma decisão difícil, mas necessária”, afirmou Galdeano. “Sem a reestruturação, a operação talvez não tivesse saída”, afirmou.

Mesmo com fábricas fechadas, a Ford do Brasil, que havia começado em 1919, nunca teve a intenção de sair do mercado brasileiro, segundo Galdeano. Embora as demissões em massa, fechamento de plantas e cortes radicais de custos tenham gerado cicatrizes, os números da empresa sinalizam que a manobra (chamada internamente de reestruturação) foi bem executada. Ao deixar os segmentos de entrada, conhecidos no Brasil pelos modelos populares Ka, Fiesta e, em categoria um pouco mais acima (bem pouco!), o EcoSport e o Focus, a Ford deixou de lado um mercado de baixa rentabilidade e altíssima concorrência, especialmente com montadoras chinesas, para se dedicar aos segmentos de SUV, picapes premium e marcas de superesportivos. Com a decisão, a montadora também abandou os modelos que faziam mais a alegria de mecânicos do que de proprietários. Pergunte para quem tem o problemático câmbio automático PowerShift. Agora, com o logotipo do cavalo da Mustang e dos chifres do Maverick (quem nunca se arrepiou com o ronco de um “Mavecão V8” na juventude que atire a primeira pedra!), a Ford parece ter realizado o sonho de se reencontrar com lucro.

Todos esses modelos, mesmo aqueles que ainda não estão no País, têm sido equipados com a inteligência brasileira. Entre as recentes inovações criadas pelo time verde-amarelo da Ford estão o One Pedal Drive (embarcado no Mach-E, modelo 100% elétrico da empresa), que permite dirigir usando apenas o acelerador, sem

Vendas em alta

Em 2023, a Ford cresceu **38%** no Brasil *(indústria cresceu **9,9%**)*

Até julho, cresceu **67%** *(indústria cresceu **13%**)*

Em julho, a Ford registrou o melhor mês de vendas dos últimos três anos, com **4.279** emplacamentos. A marca comemora também o bom desempenho acumulado no ano, com o total de **23.968** unidades, um crescimento de **68%** comparado ao mesmo período do ano passado

A empresa renovou o portfólio, oferecendo veículos globais e altamente tecnológicos. Foi a montadora com maior número de lançamentos do mercado brasileiro nos últimos 18 meses, com **10** novos produtos

A Ford lançou...

A primeira picape híbrida do Brasil *(Maverick)*

A mais rápida *(Raptor)*

A mais potente *(F-150)*

A que mais cresceu em vendas *(Ranger)*

Lançou a Ford Pro, estrutura 100% dedicada ao negócio de veículos comerciais, além de trazer três novos produtos: Transit AT, primeira van automática do mercado; a versão Chassie as versões de trabalho da Ranger, seguindo a proposta de oferecer produtividade e rentabilidade para o cliente comercial

No segmento de SUVs, trouxe o Novo Territory, que chegou para redefinir a relação de custo-benefício para o cliente de SUVs médios e se tornou um dos sucessos de venda, e o Mustang Mach-E, primeiro veículo elétrico da Ford no Brasil

Esses lançamentos foram bem recebidos pelo mercado, com pré-vendas e vendas realizadas em tempo recorde, e conquistaram 38 prêmios no Brasil só em 2023. A Nova Ranger recebeu 10 prêmios no Brasil desde o lançamento (17 na região)

ENTREVISTA

MARTIN GALDEANO, PRESIDENTE DA FORD AMÉRICA DO SUL

"A decisão de fechar as fábricas no Brasil tem a ver com eficiência"

O que significa a sua mudança para o Brasil, em um contexto de mudança na própria Ford?
Significa que vamos nos focar em projetos de escala global e naquilo que temos expertise. Assim teremos eficiência para chegar do melhor jeito aos nossos clientes. Por isso é que estamos 100% focados em picapes, SUVs e veículos comerciais, mirando em tecnologia dentro dos carros, eletrificação e conectividade. Temos obsessão por a qualidade. Obsessão pelo serviço que oferecemos para os clientes. Esse é o modelo que estamos indo.

Então a Ford não deve mais produzir carros populares?
Não. Nossa expertise está em outros segmentos. Não temos expertise global em compactos. Por isso saímos dessa categoria. Quando temos de decidir onde alocar capital, temos que olhar para aquilo que fazemos de melhor. Estive dias atrás no Chile e vi que lá existem 82 marcas, 60% delas asiáticas, disputando os mesmos consumidores. Então, não precisamos entrar nisso. Até 2028, a Ford vai investir US$ 50 bilhões mundialmente para fazer essa transição.

Como a Ford vai convencer o consumidor brasileiro de que não fechou no Brasil?
Às vezes, não me conformo quando escuto essa história de que deixamos o Brasil. A Ford não foi embora. Deixamos de fabricar porque a operação era deficitária e porque saímos dos segmentos de compactos. Estávamos perdendo dinheiro. Mas se a gente tivesse ido embora não teríamos 1.500 engenheiros desenvolvendo tecnologia para todos os nossos mercados. Esse é o melhor jeito de explicar que a Ford não saiu do Brasil. Hoje, o papel que a engenharia brasileira tem no mundo da Ford é gigantesco.

O que muda para a Ford a sua vinda para o Brasil?
Primeiro, é uma decisão de estilo. Gosto é de estar perto do cliente, do concessionário. Tenho a oportunidade de conhecer o revendedor. Tivemos no Brasil um crescimento impressionante desde o ano passado. E temos muita oportunidade para continuar crescendo. Para mim é importante estar com o foco no mercado brasileiro agora.

Existe a possibilidade de a Ford voltar a produzir no Brasil?
Não está nos planos. Sempre olhamos todas as oportunidades que temos, em todos os mercados. Mas produzir, por enquanto, não está no foco.

Questões tributária e sindicais pesam nessa decisão de não reabrir fábricas?
Não tem a ver com nada disso. O custo de produzir no Brasil é semelhante a se produzir na Argentina, na África do Sul ou em qualquer outro mercado nosso. A decisão de fechar as fábricas no Brasil tem a ver com eficiência. Se não alcança eficiência com produtos que não temos expertise, como é o caso dos carros compactos.

A Ford parece tímida no segmento de elétricos, onde os chineses estão dominando. Existe alguma razão para isso?
Globalmente, vamos nos empenhar em dar ao cliente o poder de escolha. Quem tem o poder de escolher é o cliente. Só ele sabe qual a melhor tecnologia que se adapta ao seu uso, seja elétrico, híbrido ou combustão. Mas temos consciência de que o Brasil é fundamental para o sucesso do carro elétrico. O País tem uma matriz energética limpa. Não vejo outro país que tenha esse tipo de matriz como o Brasil. É uma grande vantagem no processo de descarbonização.

acionar o pedal do freio. Outra criação 100% brasileira é o Zone Lighting, que permite que o usuário ative e desative as luzes externas do veículo pela central multimídia. Além dessas invenções, os engenheiros brasileiros criaram o chamado Contour Seats (para os modelos Lincoln Aviator, Corsair e Navigator), que são bancos altamente sofisticados. Além de uma grande variedade de ajustes, também oferecem opções de massagens, algo importante para viagens longas ou para motoristas que passam muito tempo dirigindo.

 FOTOS: SILVIA ZAMBONI | DIVULGAÇÃO

SE MEU FORD FALASSE
Entre os mais recentes lançamentos da montadora estão os F-150 e Ranger Raptor, os mais potentes e rápidos da categoria

Embora não divulgue suas cifras exatas por região, o desempenho percentual da Ford salta aos olhos. No ano passado, as vendas da marca dispararam 38% no Brasil, enquanto a média da indústria automobilística avançou 11,2%, segundo dados da Associação dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea). Neste ano, de janeiro a julho, a montadora cresceu 67%, enquanto o mercado subiu 13,2%. E o ritmo segue turbinado. Em julho, a Ford registrou o melhor mês de vendas dos últimos três anos, com 4.279 emplacamentos. A marca comemorou também o bom desempenho acumulado no ano, com o total de 23.968 unidades, um crescimento de 68% comparado ao mesmo período do ano passado.

A boa performance da Ford na região será fundamental para sustentar os resultados da companhia no mundo. No final de julho, após a divulgação dos resultados globais do segundo trimestre, as ações da empresa desabaram. Os papéis da companhia registravam queda de 13,8%, em resposta aos dados aquém do esperado pelos investidores. Mesmo assim, as ações acumulavam na Bolsa de Nova York alta de 16,5%, com o valor de mercado somando US$ 57,1 bilhões. O susto nos investidores foi causado pelo lucro de US$ 1,8 bilhão no segundo trimestre, uma queda de 5,2% em relação ao mesmo período de 2023. Os resultados foram duramente prejudicados por um aumento inesperado dos custos para consertar carros defeituosos dentro do período de garantia, um problema que vem pesando sobre a Ford durante anos. A companhia informou que o problema afeta principalmente modelos antigos, de 2021 para trás.

Enquanto lida com os problemas do passado, a Ford também precisa se posicionar para o futuro, apoiado nos carros elétricos. Mas a situação do mercado, com a demanda por esses tipos de veículos em baixa e custos em alta, não está ajudando a companhia nesta frente. O prejuízo operacional da divisão de carros elétricos permaneceu estável no segundo trimestre, na comparação com o mesmo período de 2023, em US$ 1,1 bilhão, mas a receita recuou 37%, para US$ 1,1 bilhão.

PERFORMANCE Depois de renovar o portfólio e executar a reestruturação do modelo de negócio no País, a Ford aposta no que batizou de Ford Performance. A novidade será apresentada na sexta-feira (9), no Autódromo de Interlagos, e consiste em uma divisão de carros de alto desempenho e competição da Ford. O lançamento inclui também a Argentina, Chile, Colômbia e Peru na América do Sul, com um plano de negócios focado em inovação tecnológica e emoção. Trata-se de uma plataforma de experiências para promover o crescimento da marca e o engajamento emocional com os fãs, a expansão dos negócios e a transferência de tecnologias das pistas para os carros de rua. O foco, segundo a empresa, será tornar as corridas um negócio lucrativo dentro e fora das pistas através da venda de veículos, licenciamento e merchandising.

Outro aspecto importante do trabalho da Ford Performance é a transferência de tecnologia. Correr nos ambientes mais difíceis do mundo permite desenvolver e testar tecnologias que podem chegar rapidamente aos veículos e melhorar a vida dos clientes. Existem vários exemplos de aprimoramentos que foram trazidos ao mercado dessa forma, incluindo itens de segurança, eficiência e aerodinâmica. O novo freio de drift do Mustang GT Performance é um dos recursos exclusivos do esportivo que foram criados originalmente para as pistas. Da mesma forma, a tecnologia da suspensão da Ranger Raptor é inspirada nos veículos baja de competição no deserto.

A Ranger Raptor, aliás, é o primeiro veículo desenvolvido pela Ford Performance disponível no Brasil. Em outros mercados da região, a Ford também oferece a F-150 Raptor (Argentina, Chile, Colômbia e Peru) e o Explorer ST (Chile, Colômbia e Peru). A Ranger Raptor é a picape mais rápida da marca, equipada com motor 3.0 V6 biturbo GTDI de 397 cv, que acelera de 0 a 100 km/h em 5,8 segundos, e suspensão com amortecedores Fox. A Ford também está usando o nome Raptor para o próximo desafio do Rally Dakar na Península Árabe, com a nova Ford Raptor T1+. Já o Mustang GT Performance e o Mustang Mach-E GT Performance são outros veículos aspiracionais que representam desempenho, tecnologia e estilo nas respectivas categorias. “Quando a gente oferece mais do que carros, tudo muda. Nossa proposta é dar ao cliente o que chamamos de power of choise [poder de escolha] acompanhado de tecnologia, experiência e lifestyle”, disse o presidente da empresa. É nessa nova pista da Ford que Galdeano quer acelerar.

A DINHEIRO viajou para a Argentina a convite da Ford

BANHO DE L IR ALÉM DO

Empresa que inventou a calça jeans olha para um futuro cada vez mais diverso e inclusivo, ao oferecer peças com mais conforto e uma moda voltada ao lifestyle

Allan RAVAGANI

Dizer que inovação é parte do DNA da marca se tornou trivial. No caso da Levi's é um fato. O fundador da marca, Levi Strauss, recém-mudado para San Francisco em 1853, em meio à corrida do ouro na Califórnia, viu a necessidade de vender roupas mais resistentes aos trabalhadores das minas de ouro. Ele já vendia botas, roupas e outros acessórios, mas não estava satisfeito. Em parceria com Jacob Davis, um alfaiate de Nevada, Strauss criou e patenteou a calça de denim azul reforçada com rebites. Após 151 anos, a pergunta que fica é: como uma companhia, cujo carro-chefe é o tradicionalíssimo jeans azul, consegue se reinventar?

A Levi's traz consigo o estilo clássico e ao mesmo tempo despojado, enquanto o jeans é um item atemporal e que nunca saiu de moda. O denim, aliás, foi criado na França, berço da moda, na cidade de Nímes, em 1792. Por muito tempo foi chamado de "tecido de Nímes", daí surgiu o apelido "denim". Neste século e meio, a jeanswear americana está presente em 110 países,

LOJA PARA O BÁSICO

> **"NOSSA APOSTA PARA O FUTURO PASSA PELO NO-DENIN, A LEVI´S QUER SER UMA EMPRESA DE LIFESTYLE, NÃO APENAS UMA JEANSWEAR"**
>
> **FRANCISCO ALVES**, DIRETOR GERAL DA LEVI'S BRASIL

INVERNO QUENTE
O maior desafio da empresa no ano foi o inverno mais fraco que o esperado, que prejudicou as vendas das coleções de frio

com receita anual de US$ 6,2 bilhões e incrementando seu portfólio cada vez mais com produtos non-denin, ou seja, que não sejam jeans, buscando se aproximar dos consumidores e criar uma "conexão autêntica" com o público brasileiro, especialmente o feminino, além de ampliar a gama de modelos e faixas de preço.

O diretor geral da Levi's no Brasil, Francisco Alves, conversou com a DINHEIRO e contou os planos da companhia para o País, focada na conexão com os consumidores e no crescimento sustentável. "Estamos deixando de ser apenas uma jeanswear para ser uma empresa de lifestyle", afirmou Alves, ressaltando que hoje o jeans representa 58% das vendas no Brasil, contra 70% há três anos. "Os consumidores de Brasil e Argentina são mais ligados no fashion, por isso a transição está sendo mais rápida. Nos Estados Unidos e México eles são mais tradicionais, preferem o clássico. Por lá, 70% das vendas ainda são jeans", completou.

O financeiro também vai bem, obrigado. Desde a pandemia,

a operação brasileira da marca vem colecionando crescimentos anuais acima dos dois dígitos. De 2021 para 2022 o salto no faturamento foi de 18% no Brasil. Em 2023 o avanço foi de 15% e no acumulado de 2024 já está entregando um incremento de 9% na receita. “Não estamos buscando crescimento a todo custo, estamos felizes com os números, em vista do tamanho do mercado de moda, mas somos muito pés no chão. Ao abrir uma nova loja, a gente estuda a região, o cliente e as aberturas são bem planejadas”, afirmou Alves.

Segundo o executivo, a Levi’s conta atualmente com 90 lojas em operação no Brasil, sendo 58 na mão de parceiros franqueados e 32 lojas próprias, incluindo 12 outlets. Um estudo encomendado pela empresa à consultoria Bittencourt, especializada em varejo e redes de negócios, apontou um potencial de 125 lojas, cruzando os dados de renda e performance. “Então, dessas 90 atuais, ainda temos um bom espaço para crescer, mas não vamos sair desesperadamente correndo atrás de abrir loja. Estamos planejando esse crescimento”, afirmou. O tamanho do mercado de moda brasileiro está estimado em US$ 62 bilhões, segundo um estudo da Associação Brasileira da Indústria Têxtil, contando desde as pequenas lojas até as marcas internacionais. “Isso mostra que é um mercado fenomenal”, afirmou Alves.

MODA INCLUSIVA
Peças das novas coleções incluem itens mais confortáveis e mais conectado com o desejo dos consumidores brasileiros

O comércio eletrônico também está demonstrando um crescimento vultuoso. No acumulado de 2024, as vendas pelo site apresentam uma alta de 73% na comparação com 2023. No começo do ano, o e-commerce representava 9% das receitas brasileiras, devendo terminar 2024 em 11%. Estudo do E-commerce Brasil aponta que a fatia das vendas on-line do varejo sair de 11% de 2023 para 15% em 2027, ano em que está projetado movimento de R$ 557 bilhões.

Além do e-commerce e das 90 lojas monomarcas, está presente em 1,2 mil pontos de venda multimarcas e boutiques selecionadas. Além disso, também tem relacionamento com algumas contas-chave, como o Sam’s Club, Privalia e Dafiti. Já houve conversas com Riachuelo, Renner e C&A, mas a equação não fechou. Francisco Alves afirmou que o produto que a Levi´s vende no Sam’s Club é exclusivo. “Não tem em nossa loja, e os produtos de nossa loja não estão lá. É um modelo mais padrão, para atender o cliente do Sam’s, que não vai lá especificamente para comprar uma calça, então é menos carregada de informações de moda, tem modelagem e acabamento mais padrão, mais simplificada, com um limite de preço que funciona bem”, completou. Nas lojas, a variação de preços do jeans vai desde R$ 299 para modelos de entrada, até as que custam mais de R$ 1.000, mais sofisticadas.

INOVAÇÃO No quesito tecnologia de tecidos, a Levi's passou por uma grande mudança nos últimos anos, com inovações e mudanças que garantiram maior conforto ao usuário, especialmente com a inclusão do elastano na trama. Segundo o executivo, essa evolução é um processo contínuo, que em cada nova coleção seja acompanhada também de uma nova tecnologia. Entre as inovações estão utilizar menos elastano, inserir o cânhamo, entre outros.

Nos últimos anos, a Levi's se preocupou mais em dar prioridade para temas como diversidade e sustentabilidade, enfatizou Alves. "Estamos tentando tornar o jeans mais inclusivo, que não tenha gênero, tamanho, é muito complexo ainda do ponto de vista da distribuição e do desenho da peça, mas é a intenção, estamos também muito de olho na tendência das consumidoras, que são uma fatia muito grande, trazendo mais conforto nas calças existentes", afirmou

DESAFIOS Neste ano de 2024, o maior desafio da rede foi, até agora, o inverno fraco, segundo Alves. Isso não serve como desculpa para um crescimento mais baixo, mas a falta de frio intenso trouxe mais dificuldades, inclusive para outros players do mercado. "O inverno impactou mais que as enchentes do Rio Grande do Sul. A empresa faz toda uma aposta, cria uma coleção e joga nas lojas, peças lindas, e aqui no Sudeste faz 32 graus no mês de maio. Isso tudo demandou muita perspicácia para remanejar as peças nas lojas", afirmou. Um segundo desafio, de acordo com Alves, é o consumidor selecionando mais onde vai investir seu dinheiro, qual item ele terá um maior benefício. "Uma jaqueta com mais estilo pode competir com uma viagem, uma noite no teatro com um vinho. O consumidor está muito mais seletivo onde gastar", avaliou.

FUTURO A aposta para o futuro da Levi's passa pela maior produção e desenvolvimento de produtos non-denin (produtos além das calças jeans). A Levi's não quer perder seu legado de ser a criadora do jeans, mas quer ser também uma empresa de lifestyle. "É o que estamos fazendo nos últimos quatro anos, lançando algumas peças a mais que não sejam jeans, e vamos monitorando a aceitação do público. Por exemplo, estamos com falta de calças chino, esgotaram no ano passado e nesse semestre também", disse. No feminino, a aposta é maior em vestidos. A empresa tem vendido cada vez mais desses itens. A ambição é que, dentro de algum tempo, a mulher pense: 'Vou olhar um vestido lá na Levi's'.

POTENCIAL DE ABERTURAS
Empresa tem estudo para abertura de 35 novas lojas nos próximos anos, mas diz não ter pressa, cada abertura é bem planejadas

501	MODELO ICÔNICO FOI BATIZADO PELO FUNDADOR AO VÊ-LO ESTAMPAR UM TECIDO
58%	DAS VENDAS NAS LOJAS DO BRASIL SÃO JEANS, NÚMERO ERA 70% HÁ TRÊS ANOS
US$ 6,2 bilhões	RECEITA GLOBAL DE 2023; EXPECTATIVA É CRESCER 3% EM 2024

KOIN DECOLA NO BRASIL

Fintech do Grupo Decolar avança em crédito, pix parcelado e produtos antifraude para e-commerce

Beto SILVA

Quando o argentino Lucas Iván Gonzalez desembarcou no Brasil para se aprofundar no mercado financeiro local, ficou impressionado com seu tamanho e suas características. São 152 milhões de pessoas com contas bancárias, o que representa 87,7% da população adulta, segundo dados do Banco Central. São três vezes o total de habitantes da Argentina. Entre eles, 50% possuem cartão de crédito e a maioria possui limite de R$ 1,4 mil, de acordo com o SPC Brasil. “Poucos possuem crédito e o valor disponível é baixo”, avaliou Gonzalez. Ele saiu de seu país, onde era gerente sênior de produtos financeiros do Grupo Despegar, para entrar na Koin, a fintech brasileira adquirida pelo Grupo Decolar, como é conhecida no Brasil a maior agência de

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

OPORTUNIDADES DE CRÉDITO NÃO FORAM BEM PENETRADAS. ESSA É A NOSSA GRANDE OPORTUNIDADE

LUCAS GONZALEZ
CHIEF PRODUCT OFFICER DA KOIN

viagens on-line da América Latina. Hoje como chief product officer, tem a missão de avançar com soluções financeiras aos e-commerces brasileiros, especialmente pix parcelado ou Buy Now Pay Later (BNPL), e ferramentas antifraude. "Em termos de e-commerce, digitalização, indústria financeira, o Brasil está a dois ou três escalões acima dos demais países da região. Mas as oportunidades de crédito não foram bem penetradas. Essa é a nossa grande oportunidade", disse Gonzalez, ao destacar que vai manter o ritmo de investimentos em tecnologia e produtos na casa dos US$ 10 milhões neste ano.

Para ganhar campo nesse mercado, a Koin levantou no início do ano R$ 36 milhões em um FIDC (Fundo de Investimento em Direitos Creditórios) para alavancar a operação de turismo. Justamente o setor que a fintech está ancorada, tendo o maior cliente a própria Decolar. As operações da startup e da plataforma de viagens são completamente separadas. Mas, ao ter com a Decolar um dos principais contratos, naturalmente é vitrine para atrair clientes. Ao atender o setor de turismo, a conta é simples: as pessoas que não possuem cartão ou têm pouco valor de limite para usá-lo, a Koin disponibiliza uma linha de pagamento parcelado, por pix. Assim funciona também em outros setores, como educação, para os interessados em fazer cursos sem ter o valor total no momento da compra. Os ramos de beleza e pets são outros que estão no radar de atuação da fintech, que financiou US$ 100 milhões nos últimos 12 meses.

Os consumidores que compram em e-commerces também estão na mira da empresa. Segundo dados do SPC Brasil, 80% das compras nesses canais são feitas por cartão de crédito. Na avaliação de Gonzalez, isso ocorre por que os que não possuem essa possibilidade de pagamento "estão excluídos do processo de compra". "Nós queremos oferecer essa condição de compra a essas pessoas que não possuem cartão ou que usam seu limite para outras questões", afirmou. "Nosso objetivo é ser o principal player de pix parcelado no Brasil."

Dentro dessa mesma vertente, a Koin possui um marketplace dentro de seu aplicativo. A fintech coloca em sua loja virtual os produtos dos e-commerces parceiros, como Mobly, Via Varejo e Vulcabras. Dessa forma, os tomadores de crédito pelo app ou os que fazem compras por pix parcelado podem comprar produtos ali mesmo, sem sair da plataforma.

Outra forte linha de negócios para a Koin é seu produto antifraude. Em milissegundos da transação financeira de compra de um produto, a empresa analisa dados como o endereço que está acessando, onde está o consumidor, qual device utilizado, qual IP e outras informações para aprovar ou não a compra. "Nossa intenção é assegurar taxas de fraudes baixas e taxas de conversão altas, porque entendemos que o jogo é feito pelos dois lados", frisou Gonzales. A fintech analisou 23 milhões de transações no último ano.

E a terceira vertente de atuação da Koin é de plataforma de pagamentos, em que oferece às empresas mais possibilidades de canais para vender aos consumidores. No último ano, o volume total transacionado na América Latina foi de R$ 5,6 bilhões. Mas a decolagem mesmo é pelo Brasil.

CHAMARIZ Koin tem o Grupo Decolar entre seus principais clientes, o que atrai mais congtratos para a fintech brasileira, adquirida pela agência de viagens on-line

INÊS 249

A TÁTICA DA RECOMA PARA CRESCER

Maior empresa de infraestrutura esportiva da América Latina aposta em obras mais rápidas, em materiais inovadores e na consultoria de atletas para avançar nas instalações de mais de 30 modalidades

Beto SILVA

ALTO NÍVEL
Feita pela Recoma, a pista de atletismo da UFF (Universidade Federal Fluminense) é uma das referências no País

Para um atleta de alto nível chegar a uma Olimpíada, é preciso muito treinamento, preparo físico e emocional, acompanhamento nutricional, sono adequado, concentração, dedicação e, obviamente, talento. Mas é necessário também praticar o esporte com equipamentos adequados, que garantam atingir a performance pretendida. Nesse campo, a Recoma tem atuado ao lado dos atletas. Com 45 anos de mercado, é a maior empresa especializada em infraestrutura e construção esportiva da América Latina. A empresa foi responsável pelo fornecimento e instalação de pisos esportivos nos Jogos Panamericanos do Rio de Janeiro, em 2007, e de Lima (Peru), em 2019; da Olimpíada e Paralimpíada do Rio, em 2016; além de mundiais e meetings internacionais em diversas modalidades. São pisos fornecidos para mais de 30 modalidades. "É uma companhia de 45 anos, mas muito jovem, muito inovadora. Fresh em termos de ideia. Nosso futuro será maior do que nosso passado, que já é bem grande", disse Sergio Schildt, presidente da Recoma, empresa que possui 25 mil contratos atendidos e mais de 5 milhões de metros quadrados na instalação de pisos esportivos. "Nós temos um compromisso muito forte com o investimento no esporte. Sempre trabalhamos para proporcionar uma oportunidade aos atletas de competir e treinar em estruturas de padrão internacional", afirmou.

Agora, na Olimpíada de Paris (França), a Recoma é uma das patrocinadoras da Casa Brasil, ponto de encontro entre atletas e autoridades. Por lá, a empresa montou a

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

CONSULTORES
Sergio Schildt (de azul claro), presidente da Recoma, entre os medalhistas Arthur Zanetti, Maurren Maggi e Rafael Baby Silva, embaixadores da marca

poliesportiva e levou clientes, que puderam conhecer pessoalmente os embaixadores da marca: a campeã olímpica no salto em distância em Pequim 2008, Maurren Maggi; o ginasta Arthur Zanetti, ouro nas argolas em Londres 2012 e prata no Rio 2016; Rafael 'Baby' Silva, medalhista no judô em Londres e no Rio; além de Erika Coimbra, medalhista olímpica no voleibol de quadra em Sydney 2000. "São embaixadores e também nossos consultores para aprimorarmos nossos produtos", frisou Schildt, que já está de olho nas oportunidades dos Jogos Panamericanos de Lima em 2027 e da mesma competição em 2031, em que São Paulo é candidata a sede.

A Recoma é responsável pelo piso oficial de algumas das principais confederações do país, como CBV (vôlei), CBB (basquete), CBHd (handebol), CBJ (judô) e CBDU (desporto universitário). A empresa também é o piso oficial de alguns esportes olímpicos do Flamengo e de algumas modalidades do Corinthians e outros importantes clubes Brasil afora.

Entre os projetos recentes estão a entrega do ginásio da Escola Estadual Waldomiro Guimarães, em Santo André, que foi reinaugurado em novembro de 2023. "Fizemos uma intervenção em 45 dias, que normalmente são oito meses. Estamos nos especializando em uma entrega cada vez mais eficiente", afirmou Schildt. O ginásio contemplou lona tensionada, traves de futsal, postes de vôlei, tabelas de basquete e um novo piso esportivo vinílico outdoor na cor azul, o mesmo utilizado na balsa esportiva do Rio Pinheiros, durante a COB Expo, em setembro de 2023. Recentemente, foram revitalizados pela Recoma 280 ginásios em São Paulo.

A companhia ainda tem no seu portfólio a pista de atletismo da UFF (Universidade federal Fluminense), em Niterói (RJ); pista de atletismo do Clube Recreativo Ceret, no Tatuapé, em São Paulo, que também recebeu gramado sintético em seu campo, cujo projeto tem o certificado Fifa Quality Pro e também o reconhecimento pela World Rugby; e o complexo Esportivo Jardim Silveira, em Barueri (SP), que abrange 17 modalidades esportivas; o campo do Estádio Sebastião Camanducci, em Extrema (MG).

Estão em execução pela Recoma duas das principais obras esportivas do Estado de São Paulo: a transformação do Centro Esportivo Thomaz Mazzoni, na zona norte da capital, em um Centro Olímpico para formação de atletas de alto rendimento; e a revitalização da Vila Olímpica Mário Covas, na Rodovia Raposo Tavares. Está em jogo a tática da Recoma pra seguir crescendo.

Companhia de moda íntima, praia e fitness investe R$ 20 milhões em 2024 para lançar peças mais acessíveis e expandir lojas com mix de produtos

O NOVO LOOK DA I

Flexibilidade e equilíbrio são alguns benefícios do yoga, prática incorporada há anos na rotina de Sandra Chayo, diretora do Grupo Hope. As habilidades também se estendem para o dia a dia à frente da companhia de peças íntimas, praia e fitness fundada por seu pai, Nissim Hara, em 1966. Flexibilidade para se adaptar ao mercado e criar tendências. Equilíbrio entre suas estratégias para alcançar um novo consumidor, como a aposta na marca de beachwear e fitness, Hope Resort, na produção e comercialização de peças de lingerie mais acessíveis e expansão das lojas Hope Duo, formato que apresenta um mix de produtos entre suas marcas. Para isso, a companhia investiu R$ 20 milhões em 2024 e prevê aumento de 32% na receita deste ano e de 50% em 2025.

Com 290 lojas no Brasil, sendo apenas nove próprias, a Hope faturou R$ 350 milhões em 2023 com lojas franqueadas. Para 2024, a expectativa de receita nesse segmento é de R$ 450 milhões, aumento que deve ser impulsionado pela inauguração de unidades híbridas. Com peças das marcas Hope e Hope Resort, o modelo de loja chamado Hope Duo, até então destinado a cidades com até 200 mil habitantes, agora vai ampliar o raio de atuação e poderá ser franqueado em cidades com mais 500 mil habitantes e capitais. A primeira foi inaugurada na Vila Madalena, em São Paulo, no início de maio. Campinas (SP) e Novo Hamburgo (RS) devem receber as

 | FOTOS: CLADIO GATTI | DIVULGAÇÃO

HOPE

Letícia FRANCO

novas unidades neste segundo semestre. “Lançamos o formato durante a pandemia para ampliar presença no interior e deu muito certo”, disse Sandra Chayo. A meta é atingir 700 pontos de venda até 2029.

Outra aposta para dobrar a base de clientes é a entrada da companhia em um mercado de preços mais baixos. Batizada de Light, a coleção lançada em março tem calcinhas vendidas por R$ 29,90 e sutiãs de R$ 49,90. Nas outras coleções, a calcinha mais barata custa R$ 39,90 e os sutiãs, a partir de R$ 89,90. Assim, a empresa que atende mais mulheres de classe A e B, aumenta seu público-alvo com as consumidoras da classe C e compete com os preços das lojas de departamentos, como Marisa e Americanas, duas companhias que estão enfraquecidas no mercado. “Também vamos consolidar a linha masculina com propostas ainda mais competitivas”, acrescentou Chayo.

A EXPANSÃO PASSA PELAS FRANQUIAS E DIVERSIDADE DE CATEGORIAS E PREÇOS DAS PEÇAS

SANDRA CHAYO
DIRETORA DO GRUPO HOPE

INOVAÇÃO O plano é mais um grande projeto da executiva, que iniciou sua trajetória no grupo em 1998. Sandra Chayo liderou grandes mudanças na companhia durante mais de duas décadas. “A inovação é a essência de todos os meus projetos”, afirmou ela. E a inovação destacada por ela vai muito além da tecnologia. É sobre inovar no modelo de negócios por meio do pioneirismo de peças, como as calcinhas sem costura e os sutiãs com bojo na sua versão popularizada. E também com o lançamento de lojas monomarca de moda íntima no Brasil. “Foi uma tendência que observei fora com as lojas da Victoria’s Secret e trouxe para o País em 2005 por meio de franquias”, disse a executiva.

Já a Hope Resort, criada em 2017 e uma das protagonistas do novo look da Hope, marcou a expansão da companhia para além do underwear, influenciada pelo crescimento de wellness, conceito que se refere a princípios de bem-estar e qualidade de vida cotidiana. As peças para vestir em momentos de lazer, atividade física e até mesmo durante o expediente, foram inspiradas no dinamismo da mulher brasileira. Inclusive de Sandra, que veste as coleções para liderar mais uma fase do grupo com flexibilidade e estilo. S

LIFESTYLE Marca de beachwear e fitness é uma das principais apostas de crescimento do grupo nos próximos anos

10 PERGUNTAS PARA

CLAUDIA MARTINEZ

EMPREENDEDORA, CONSELHEIRA E CEO DO GRUPO SHE

"APESAR DA NARRATIVA DE GOVERNANÇA, AS EMPRESAS NÃO ESTÃO PREPARADAS PARA O RISCO"

Hugo CILO

Nos últimos anos, a executiva e empreendedora Claudia Martinez se especializou, na prática, em lidar com grandes desafios do mundo corporativo. Ex-CEO do Banco Master e conselheira de empresas como Idea Maker, Companhia Vale do Amazonas e RKO Alimentos, além de ser representante do Rosbank na América Latina, já atuou na definição de estratégias em entidades de peso como a Fiesp e a Apas, a associação paulista de supermercados. Mas ganhou destaque na defesa do papel da mulher no mundo empresarial. Hoje comanda também a plataforma She Invest — dedicada a democratizar e fomentar projetos liderados por mulheres em todo o País — e a Sisak, consultoria especializada em reputação. Acompanhe, a seguir, a entrevista:

Como foi a transição de carreira para comunicação, gestão de crise e riscos?
Cheguei a ser CEO e fiz a transição do Banco Master, onde fui sócia. Saí em 2018 e, por causa de um non-compete, comecei a trabalhar com comunicação, gestão de crise e riscos na Sisak, porque eu não podia voltar ao mercado financeiro. Um dia eu pensei: o que eu sei fazer além do que fiz a vida inteira? Eu sempre resolvi problemas para empresas onde trabalhei. Decidi fazer

disso minha profissão. Montei a Sisak em 2019 e comecei a atuar em crises. Hoje sou uma empreendedora. Trabalho no fomento do empreendedorismo feminino e atuo com o Grupo X, um complexo de empresas no setor financeiro, focado em grandes negociações.

Qual é a sua análise sobre a evolução das ações ligadas à compliance e gestão de risco?
Muitas empresas têm narrativas de governança fortes, mas poucas estão realmente preparadas para situações adversas, especialmente riscos não mapeados, como comunicação e ciberataques. Existem muitos riscos de comunicação com clientes, fornecedores e ciberataques, como o recente caso da CrowdStrike, que afetou companhias aéreas e bancos. Vejo que apesar da narrativa de governança, as empresas não estão preparadas para o risco .

Mas há riscos que são imprevisíveis e, ao mesmo tempo, difíceis de evitar...
Sim, mas quando se lida com riscos não mapeados no negócio, começamos a enxergar onde eles podem acontecer e, assim, preveni-los. Porque quando estamos dentro dos conselhos de administração temos mapas de risco para monitorar aquelas possibilidades de risco que são mapeadas. Mas hoje, no mundo em que a comunicação e a tecnologia são muito velozes, nem sempre, de fato, para-se para definir estratégias e se preparar para uma situação de risco não mapeado no negócio.

Como você acredita que a preparação de líderes pode ajudar na prevenção de problemas?
Investir na saúde mental dos colaboradores e monitorar relações com stakeholders ajuda a evitar muitos problemas. Conhecer e interagir com o ambiente de negócio é crucial. Hoje há pouca integração entre líderes e funcionários. Em nome de uma hierarquia antiquada e uma cultura organizacional defasada, há pouca sintonia. Em geral, a gestão tradicional é focada em resultados e lucro, muitas vezes afastando a liderança do corpo de funcionários. É preciso integrar mais recursos humanos na gestão.

Como você lida com a diversidade e inclusão nos conselhos de administração?
A diversidade é fundamental, mas não pode ser excludente. Conselhos devem ser formados por pessoas complementares em suas competências, sem preconceitos ou imposições marqueteiras. A pandemia trouxe novos desafios com modelos de trabalho remoto e híbrido. Trouxe desafios significativos. A separação que havia antes entre vida pessoal e profissional se misturou, causando prejuízos em ambas as áreas. Cada empresa está encontrando seu caminho, mas é necessário diálogo. Impor o trabalho presencial é contraproducente e só vai causar descontentamento, pedidos de demissão e queda de produtividade. Por outro lado, há quem não goste do home office. Por isso, é essencial cautela e diálogo nessa fase de ajuste e adaptação na rotina das empresas.

Esse papel cabe mais às lideranças do que para os liderados, certo?
Sim, principalmente. A gente vive em um modelo de gestão muito engessado. Um modelo de gestão que está tentando evoluir, que está tentando mudar, mas segue preso a lideranças muito focadas em resultado, muito focadas e pressionadas por lucro, por estar ali no cerne da operação.

Mas todo líder precisa ter foco nos resultados...
Precisa, mas não só no resultado. É claro que para não deixar a operação cair, precisa existir a venda. E se não tem empresa, não há como manter as pessoas. Mas na minha visão, tão importante quanto isso hoje, é essa integração de relacionamento pessoal, de recursos humanos. As pessoas precisam se sentir parte da organização. E nem sempre as lideranças estão aptas a passar esse sentimento de pertencimento.

Existe tecnologia para ajudar a melhorar essa relação?
Muitas. Trabalho com ferramentas hoje que dão possibilidade de entender, inclusive, distorções das mais sutis possíveis. Por exemplo, o índice de suicídio aumentou muito na Europa após a pandemia. As empresas de lá usam algumas ferramentas de comunicação, aliadas com Inteligência Artificial, que conseguem fazer com que se tenha uma percepção de quando um funcionário está precisando de ajuda psicológica. Isso pode evitar uma perda significativa. E há caminhos para se fazer esse mapeamento de temas mais sutis, como a questão psicológica, sem ser invasivo na individualidade ou na privacidade do funcionário. Conheço algumas empresas brasileiras, inclusive lideradas por mulheres, que são precursoras de tecnologias que fazem esse amparo. Soube recentemente que o Banco do Brasil estava perdendo muito dinheiro por causa de burnout, cerca de R$ 65 milhões por ano em pessoas afastadas por questões psicológicas, problemas relacionados à saúde mental.

As mulheres têm sido mais afetadas por esse problema?
As mulheres são muito vítimas de estafa. A questão do burnout aumentou muito. Mas vejo que, além da questão do gênero, da mulher, há um efeito pós-pandêmico, que a sociedade ainda está digerindo. Existe um custo muito alto do que ficou de herança. Pessoas depressivas, situações também de saúde física, que estão começando a ficar mais latentes agora. Entre as crianças, por exemplo, piorou muito. Não devemos publicizar dados de suicídio, mas sabemos que são alarmantes e assustadores. Em crianças e adolescentes, há muita ansiedade.

O que as empresas mais buscam nos conselhos de administração hoje?
Comunicação, gestão de crise, inteligência e gestão de pessoas são os principais desafios. A pluralidade de vozes e competências nos conselhos é essencial. Mas, entre todos esses, a comunicação é o maior desafio e o que está mais gerando demanda nas empresas. Participo de vários conselhos. Entre eles estão Idea Maker, Vale do Amazonas, e da RKO, além de ter uma representação no Rosbank. Cada conselho tem desafios únicos e contribui para minha experiência multidisciplinar. S

FOTO: DIVULGAÇÃO

UBER GREEN DESEMBARCA NA CAPITAL PAULISTA

Já em funcionamento nos Estados Unidos, Reino Unido, França, Austrália e Chile, nova categoria chega ao Brasil de forma tímida e ficará disponível apenas em alguns bairros de São Paulo

Alexandre INÁCIO

Quem quer a experiência de andar em um carro elétrico, mas ainda acha caro comprar o seu, ou vê na baixa infraestrutura de recarga dos veículos no Brasil um motivo para não desembolsar algumas dezenas de milhares de reais, agora ficou mais fácil. A Uber liberou na terça-feira (6) a possibilidade de o usuário brasileiro selecionar a opção pelo carro elétrico. Da mesma forma que é possível escolher pelo Uber Black, Bag, X, entre outros, a partir de agora está disponível a categoria Green. A novidade havia sido anunciada em maio pelo CEO global da empresa, Dara Khosrowshahi, durante sua visita ao Brasil para as comemorações de 10 anos de operação da empresa no País. Mas a data para que o Uber Green entrasse em operação no território nacional ainda era incerta. Agora, o mistério chegou ao fim.

A categoria vai operar apenas com carros 100% elétricos. Ainda que no Brasil a emissão dos veículos movidos a etanol sejam equivalentes à dos elétricos, os automóveis com motor flex ou híbrido ficaram de fora da nova categoria da Uber. Questionada, a empresa não informou se há ou

> **A infraestrutura para carreganento de veículos elétricos precisa melhorar, e este é, atualmente, um dos maiores desafios para o crescimento**
>
> **PAULA CALDAS**
> CHEFE DE SUSTENTABILIDADE DA UBER NO BRASIL

PARCERIA GLOBAL Plataforna anunciou no fim de julho um acordo com a chinesa BYD que pretende colocar 100 mil novos carros nas ruas de todo o mundo

se pretende criar um cronograma para incluir carros com outros tipos de motorização, com emissões equivalentes às do elétrico. Também há dúvidas em relação à expansão da categoria pelo Brasil, uma vez que, inicialmente, ela estará disponível apenas para alguns bairros da cidade de São Paulo.

Outras informações também permanecem um mistério. A Uber guarda em segredo o número de veículos elétricos que estarão disponíveis para atender a demanda da plataforma nesse início de operação. O sigilo também é mantido em relação à faixa de preço em que a categoria vai operar. “Para aqueles que optarem por viajar com o Uber Green em São Paulo, o preço para o passageiro será um dos mais acessíveis entre as modalidades disponíveis. Nosso objetivo é incentivar que mais pessoas experimentem e utilizem esse tipo de serviço com maior frequência”, disse Paula Caldas, chefe de sustentabilidade na Uber para a América Latina.

Segundo a executiva, a Uber é a plataforma com o maior número de veículos elétricos disponíveis e que tem registrado um crescimento mensal contínuo. Paula aposta na chegada de novos modelos a preços mais acessíveis, tanto no mercado brasileiro, quanto no latino-americano como um todo, para um “aumento exponencial no número de carros cadastrados”. Sem dar números absolutos, a Uber informa que o crescimento superou a marca de 500% em um ano.

MERCADO Para tentar alavancar a adesão dos motoristas à nova categoria, Uber e a chinesa BYD anunciaram no final de julho uma parceria global, com a promessa de levar para as ruas 100 mil novos veículos da marca. O objetivo é oferecer aos motoristas acesso a preços e financiamentos especiais para carros da montadora, que vão rodar na plataforma da Uber. A parceria terá início na Europa e na América Latina e prevê, posteriormente, a expansão para o Oriente Médio, Austrália e Nova Zelândia. “Em breve, divulgaremos os detalhes de como isso funcionará aqui no Brasil”, disse Paula.

Maior concorrente da Uber no Brasil, a 99 anunciou que também pretende lançar uma categoria própria para carros elétricos. O serviço será chamado de 99e-Pro, também funcionará, inicialmente, apenas em alguns bairros centrais da cidade de São Paulo, incluindo o aeroporto de Congonhas, e tem previsão de começar a operar em setembro. A expectativa é que a 99 posicione a categoria mais próxima de seus serviços de maior valor e, para atrair os motoristas, promete uma taxa de serviço de 10% durante seis meses.

A estratégia da Uber e da 99 é uma tentativa de descarbonizar suas operações e atender aos compromissos de reduzir suas emissões. Resta saber se os motoristas parceiros irão aderir à ideia, uma vez que a euforia inicial pelos carros elétricos tem perdido boa parte do seu fôlego no País.

ADOÇÃO DE IA ESTÁ LENTA?

ZOOM LANÇA **CONCORRENTE DO WORD**

O Zoom, plataforma de videoconferência amplamente disseminada mundo afora durante a pandemia, amplia seu portfólio e apresenta o Zoom Docs, um concorrente do Microsoft Word. O processador de texto tem tecnologia de Inteligência Artificial embarcada, permitindo que as empresas que usam o sistema trabalhem de forma mais colaborativa e integrada dentro do seu ecossistema Workplace. Dessa forma, o Zoom Docs pode gerar resumos de reuniões ou criar relatórios e listas de ações. Os participantes de videoconferências podem criar, compartilhar e coeditar documentos em tempo real sem sair da janela da reunião. Esse recurso se estende aos participantes móveis, que podem visualizar e colaborar em documentos sem precisar fazer login. Assim o Zoom escreve mais um capítulo da sua história.

X ESTÁ CADA VEZ **MENOS TWITTER**

A rede social de Elon Musk tem testado a remoção dos botões curtir, comentar e repostar das respostas. A contagem de visualizações também seria removida de posts de resposta. A intenção é acabar com a

“O GOOGLE É UM MONOPOLISTA E AGIU COMO TAL PARA MANTER SEU MONOPÓLIO.”

AMIT MEHTA, JUIZ FEDERAL QUE APONTOU VIOLAÇÃO DA LEI ANTITRUSTE DOS EUA PELO GOOGLE, QUE, SEGUNDO ELE, MANTEVE MONOPÓLIO DE 90% DO MERCADO DE BUSCA E PUBLICIDADE.

INFOGRÁFICO: FABIO X | FOTOS: GETTY IMAGES | DIVULGAÇÃO

INÊS 249

A resposta para a pergunta ao lado é "sim" para 79% dos profissionais da América Latina, que são mais ávidos para a adoção mais rápida da tecnologia do que europeus e norte-americanos. Os dados são da segunda edição do estudo 'Future of Professionals', da Thomson Reuters, que pediu a percepção dos trabalhadores sobre a Inteligência Artificial, uma das mais revolucionárias e transformadoras tecnologias dos últimos tempos. Confira os principais insights do levantamento:

94% dos latino-americanos avaliam a IA como uma ferramenta positiva

79% dos europeus avaliam a IA como uma ferramenta positiva

74% dos norte-americanos avaliam a IA como uma ferramenta positiva

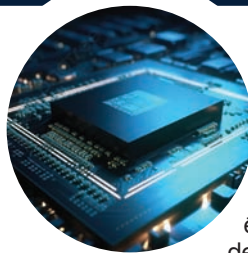
79% dos profissionais da América Latina acreditam que o ritmo de adoção da IA é muito lento

24% dos europeus acreditam que o ritmo de adoção da IA é muito lento

44% dos norte-americanos acreditam que o ritmo de adoção da IA é muito lento

Quais setores da organização serão impactados mais significativamente pela ascensão da IA ao longo dos próximos 5 anos?

Setor	%
Operacional	59%
Produtos/serviços	53%
Talentos	40%
Risco e conformidade	37%
Cadeia de suprimentos	36%
Organização geral	29%
Entrada no mercado	29%
Estratégia de marca	29%
Fusões e aquisições	21%
Nenhum desses	6%

"proporção", em que alguns comentários têm mais curtidas que o próprio post. Essa mudança ainda não foi lançada oficialmente. Foi descoberta no código do aplicativo por um usuário. Essas novidades mudariam a cultura da plataforma. Mas, para quem já mudou o nome da companhia, tudo é possível.

US$ 640 MILHÕES

é o valor levantado pela Groq, uma startup que desenvolve chips para executar modelos de IA generativos mais rápido do que processadores convencionais. Ela avança em um mercado amplamente dominado pela Nvidia.

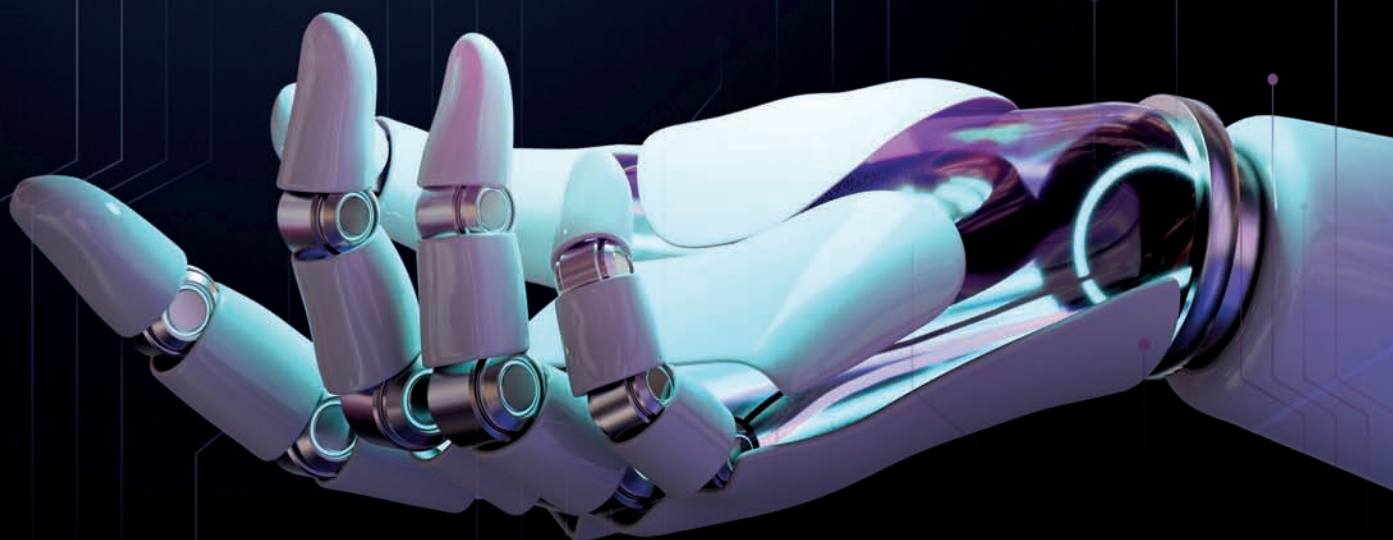
GOOGLE QUER **COIBIR DEEPFAKES**

A principal plataforma de buscas do mundo anunciou mudanças em sua pesquisa para limitar imagens deepfakes. A iniciativa ocorre depois da explosão de fotos e vídeos falsos disseminados on-line ano passado, especialmente de celebridades femininas. Desde então, as gigantes de tecnologia têm sido pressionadas pela sociedade e pelos governos para filtrar os mecanismos de busca. Ainda hoje, mesmo que alguém não esteja procurando por esse material, buscar por certos nomes pode gerar um número enorme de links para fotos e vídeos falsos. A gerente de produtos do Google, Emma Higham, escreveu no blog da empresa que as atualizações de classificação foram arquitetadas para reduzir conteúdo de deepfakes em muitas pesquisas. "Com essas mudanças, as pessoas podem ler sobre o impacto que as deepfakes têm na sociedade, em vez de ver páginas com imagens falsas", escreveu Higham. As atualizações já diminuíram a exposição a resultados de imagens falsas em 70%.

A BOLHA DA IA VAI ESTOURAR?

Gigantes da tecnologia enfrentam ceticismo sobre os investimentos em Inteligência Artificial. Custos elevados e dificuldades em alcançar resultados concretos balançam o mercado global

Aline ALMEIDA

INÊS 249

Futurista respeitada mundo afora, a pesquisadora Amy Webb tem analisado como poucos o surgimento e o avanço da Inteligência artificial. Para ela, essa tecnologia integra um “superciclo tecnológico”, juntamente com a biotecnologia e os ecossistemas hiperconectados. As três vertentes vão revolucionar a economia e a sociedade de maneira avassaladora, na opinião de Webb, professora de previsão estratégica na Universidade de Nova York e fundadora e CEO do Future Today Institute. “Essa onda de inovação é tão poderosa e abrangente que promete remodelar a própria essência da nossa existência, desde as complexidades das cadeias de suprimentos globais até os detalhes dos hábitos diários”, disse ela durante apresentação na South by Southwest, mais conhecido como SXSW, um conjunto de festivais e conferências realizado anualmente em março, em Austin, Texas (EUA). Mas há uma ponderação importante que ela faz quando analisa os potenciais da IA. “Haverá vencedores e derrotados.” E tanto vitoriosos quanto perdedores olham para os números superlativos que envolvem a Inteligência Artificial. O ChatGPT, da OpenAI, que tornou essa tecnologia mais acessível e democrática, demorou apenas 5 dias para atingir 1 milhão de usuários. As seis maiores empresas de tecnologia do mundo – Apple, Microsoft, Nvidia, Alphabet, Amazon e Meta – têm juntas um valor de mercado na casa dos US$ 13,7 trilhões. A contribuição que a IA pode gerar ao PIB global até 2030 é de US$ 15,7 trilhões, segundo estudo da PwC. E 133 milhões de empregos devem surgir a partir da adoção de IA nos próximos seis anos, de acordo com o McKinsey Global Institute. As companhias investem bilhões em ferramentas de IA, as empresas absorvem e implementam produtos e serviços a partir dessa tecnologia e o mercado fomenta a roda dessa inovação. A pergunta que está em voga no momento é: até quando?

WARREN BUFFETT
Um dos principais Investidores do mundo vendeu metade das suas ações da Apple após a companhia anunciar sua nova linha de aparelhos com IA

Essa indagação estava rondando o Vale do Silício e outros redutos tecnológicos globais e ganhou contornos mais efusivos nos mercados mundiais depois alguns movimentos. Especialistas apontam que a bolha da IA estourou. Nos últimos anos, a Inteligência Artificial impulsionou a Nasdaq e as ações de tecnologia em todo o mundo, sendo considerada um boom para o crescimento da economia americana. Esse impulso levou a Nvidia, a maior fabricante de chips ligados à IA, a aumentar seu valor de mercado de US$ 300 bilhões para US$ 3,3 trilhões em um período de apenas dois anos. No entanto, relatório do Fundo Elliott enviado a seus investidores ressaltou justamente que a IA que impulsiona o preço das ações da companhia está “superestimada”, segundo

MAÇÃ MORDIDA
Ações da Apple recuaram quase 10% após decisão da Berkshire Hathaway, do bilionário Warren Buffett, reduzir metade de seus investimentos na empresa

FOTOS: DENNIS VAN TINE/NURPHOTO VIA AFP | CFOTO/NURPHOTO VIA AFP | FREEPIK

IA SUPERESTIMADA
Grupo das principais empresas de tecnologia do mundo registrou uma perda de quase US$ 1 trilhão em valor de mercado no dia 5 de agosto

o Financial Times. O fundo também afirmou que estava "cético" de que as grandes empresas de tecnologia continuariam comprando unidades de processamento gráfico (GPUs, na sigla em inglês) da fabricante de chips em volumes tão altos. A análise vai além e questiona muitos dos supostos usos da IA. "Nunca serão economicamente viáveis, nunca funcionarão corretamente, consumirão muita energia ou se mostrarão suspeitos."

O dia 5 de agosto foi histórico. A chamada "segunda-feira vermelha" representou o momento delicado pelo qual a confiança sobre a IA vem passando. Os dez homens mais ricos do mundo perderam US$ 35,5 bilhões em 24 horas com derretimento de ações de empresas de tecnologia. Jeff Bezos, da Amazon, liderou a derrota no clube dos bilionários: perdeu a bagatela de US$ 6 bilhões de seu patrimônio de US$ 180,5 bilhões. As big techs despencaram cerca de US$ 1 trilhão em valuation. A Nvidia sofreu uma perda de US$ 238 bilhões, com suas ações caindo quase 7%. A Amazon fechou o dia 5 com uma queda de 4%. A Alphabet com uma baixa de 4,6%. A Microsoft encolheu 3,27%. E a Meta, 2,5%. A Tesla, de Elon Musk, também encerrou o mesmo dia com uma retração de 4,2%.

Para Vivaldo José Breternitz, doutor em ciências pela Universidade de São Paulo e consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas, as expectativas dos investidores em relação a essas empresas podem ter sido excessivamente otimistas. "O entusiasmo generalizado, alimentado por avanços revolucionários na área de Inteligência Artificial, havia elevado rapidamente as cotações", disse. "No entanto, as crescentes preocupações sobre o retorno dos enormes investimentos feitos na área por essas empresas têm desviado a atenção dos investidores para outros setores, como bancos, imóveis e pequenas empresas", avaliou o especialista.

Na análise de Breternitz, a IA ainda tem um enorme potencial na aplicação para geração de receitas substanciais para as empresas, mas alcançar resultados é um desafio. "Embora a IA pareça ter um enorme potencial, sua aplicação para geração de receitas é questionável. Enquanto indivíduos encontraram maneiras inovadoras de usar ferramentas de IA, como Copilot [da Microsoft] e Claude [da Anthropic], para aumentar a eficiência, histórias de sucesso em grande escala dentro de corporações ainda são relativamente escassas", pontuou o professor.

Um exemplo é a Amazon. Em sua divulgação de resultados do segundo trimestre, na semana passada, registrou faturamento de US$ 148 bilhões, avanço de 10% na comparação com o mesmo período do ano passado. O que decepcionou os analistas americanos que previam resultados superiores e para quem os números sugerem que a empresa está gastando mais do que o esperado em IA. As ações da empresa chegaram a cair 11,5% na sexta-feira, dia 3. As ações da Intel também derreteram 25% no mesmo dia, após a empresa anunciar, um dia antes, que depois de grandes gastos para se adaptar à

POTENCIAL DA IA

US$ 15,7 TRILHÕES
é a previsão de contribuição da IA para o PIB global até 2030 (PwC)

133 milhões
de empregos devem surgir a partir da adoção de IA até 2030 *(McKinsey Global Institute)*

FOTOS: JUSTIN SULLIVAN/GETTY IMAGES VIA AFP | ANDREW CABALLERO-REYNOLDS/AFP

CETICISMO INSTALADO
As bigs techs ainda têm poucos resultados tangíveis em contraponto ao alto custo com IA

onda de IA, tenta controlar os custos ao cortar US$ 10 bilhões e demitir 15 mil funcionários até o final do ano, o que representa uma redução de mais de 15% da sua força de trabalho.

No caso da Intel, segundo Breternitz, ela enfrenta problemas mais sérios, como os gerados pelas falhas de seus processadores Core de 13ª e 14ª gerações. "Como além de desenvolver componentes, a Intel também os fabrica, sua operação é mais complexa. Portanto, mais delicada", disse o especialista, ao ressaltar que a empresa está recebendo US$ 8,5 bilhões do governo americano, através do Chips Act (lei de incentivos) para construir fábricas.

DESINVESTIMENTO Entre os investidores preocupados com o futuro da IA e o que as empresas estão fazendo com ela está Warren Buffett. O 'Oráculo de Omaha', uma referência aos bons resultados decorrentes de seu trabalho com a Berkshire Hathaway, empresa de investimentos que preside há mais de 50 anos, reduziu pela metade sua participação nas ações da Apple. A cautela do investidor mais respeitado do mundo vem logo após a Apple anunciar novidades embarcadas com IA em seu sistema operacional durante a conferência anual Worldwide Developers Conference (WWDC) no mês de junho.

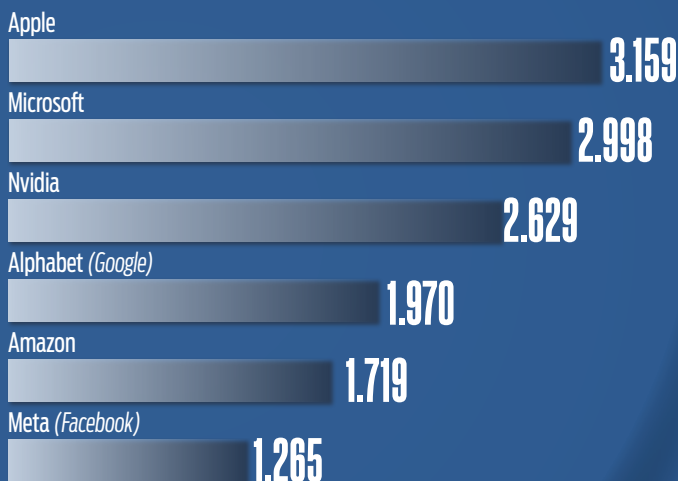
Segundo Gabrielle Ribon, especialista em Creative Technologies, o mercado apostou alto na IA e em todo o universo que envolve o uso e desenvolvimento dessa tecnologia, esperando lucros rápidos. Para ela, há dúvidas sobre a capacidade desse mercado de retornar os investimentos no tempo estimado. "Ao analisarem os relatórios das maiores empresas listadas na Nasdaq e seu baixo retorno, a instabilidade se instalou no mercado financeiro, levando alguns investidores a recalcular suas estratégias", explicou a especialista. Outro fator que deve ser considerado é que, por ser uma tecnologia emergente, seu resultado e impacto ainda são incertos. "De modo prático, é impressionante para a grande massa de usuários poder 'conversar' com um chat de Inteligência Artificial, ter respostas a indagações, otimizar processos. Mas o que vem além disso? Como a IA traz benefícios concretos? O mercado não consegue responder isso com segurança", ponderou Gabrielle.

E aqui vale voltar em Amy Webb. Para a futurista, estamos diante de uma mudança potente, abrangente, que vai mudar a vida humana de formas incríveis e preocupantes. Estamos no que ela chama de Geração T, de "transição". Dentro da bolha ou fora dela, haverá vencedores e derrotados.

VALOR DE MERCADO DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DETECNOLOGIA:

(em US$ trilhões)

Empresa	Valor
Apple	3.159
Microsoft	2.998
Nvidia	2.629
Alphabet *(Google)*	1.970
Amazon	1.719
Meta *(Facebook)*	1.265

FOTOS: RICCARDO MILANI/HANS LUCAS VIA AFP | JONATHAN RAA/NURPHOTO VIA AFP

POR MARCOS **STRECKER** colaborou LETÍCIA **FRANCO**

NA AMÉRICA DO SUL

CRUZEIRO COM ÁREA EXCLUSIVA

Mais um navio vai se somar à frota da MSC Cruzeiros na América do Sul, mostrando a forte retomada do setor. Com o MSC Splendida, que vai oferecer itinerários de setes noites e partirá de Santos, no litoral paulista, já são seis os navios na frota da MSC que permitirão 125 viagens na região na temporada 2024/2025. No caso do Splendida, os destinos incluem Buenos Aires e Punta Del Este (na foto), no Uruguai. Em Santa Catarina, estão contemplados Balneário Camboriú e Itajaí, de onde também será possível embarcar. O MSC Splendida partirá de Santos todas às sextas-feiras, entre 13 de dezembro de 2024 e 21 de março de 2025. Esse navio oferece um grau a mais de conforto, além dos espaços ao ar livre e entretenimento característicos dos cruzeiros (teatro, restaurantes com culinária internacional e piscina ao ar livre). A bordo, há piscina com teto retrátil, spa balinês e 75% das cabines possuem varandas com vista panorâmica. O navio ainda conta com um serviço diferenciado para quem busca sofisticação: o MSC Yacht Club, ou "iate dentro do navio", que oferece um serviço exclusivo de mordomo 24 horas e instalações privativas de piscina, deck e lounge. As vendas para o Splendida já estão abertas, com informações em msccruzeiros.com.br.

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

DAS CANETAS AO PERFUME

MONTBLANC EM FRAGRÂNCIAS

A maison alemã Montblanc escreve mais um capítulo de sua história com o lançamento da primeira linha de fragrâncias premium, a Montblanc Collection. O lançamento ocorre no ano em que a marca celebra o centenário das icônicas canetas Meisterstück. A coleção de perfumes é composta por quatro fragrâncias, cada uma delas desenvolvida a partir de ingredientes finos e preciosos. Os aromas originais exploram o incenso, com notas de pimenta quente e madeira, a intensidade do patchouli suavizada em um véu de almíscares e madeiras, couro refinado envolto na suavidade da íris e notas almiscaradas, e uma combinação da bergamota e sândalo, realçada por groselha negra e lavanda. A grife também retorna às origens por meio do design dos frascos, que remetem aos detalhes das Meisterstück. Cada frasco da Montblanc Collection na versão de 125 ml está disponível por cerca de R$ 1,15 mil.

LUXO OLÍMPICO

OMEGA EXCLUSIVO DE PARIS 2024

As medalhas de ouro, prata e bronze são as recompensas mais icônicas pelo sucesso de atletas nos Jogos Olímpicos. Sendo assim, a relojoaria suíça Omega, cronometrista oficial do evento esportivo desde 1932, acaba de lançar um relógio em ouro bronze que homenageia as medalhas olímpicas e a edição de 2024. Com um design clássico inspirado em um relógio de 1939, o modelo apresenta uma caixa de 39 mm em ouro bronze exclusivo, mostrador em prata Ag 925 e ponteiros em ouro Sedna 18K. Equipado com o Co-Axial Master Chronometer calibre 8926, o relógio garante precisão e durabilidade. A Edição Ouro Bronze Paris 2024 já pode ser adquirida por R$ 68,5 mil. Mais detalhes em omegawatches.com.

VINTAGE

NOVA COLEÇÃO DA **BUDDEMEYER LUXUS**

Com a proposta de resgatar épocas passadas em peças ricas em história e personalidade para o presente, a moda vintage segue em alta no segundo semestre de 2024. Nessa tendência, a Buddemeyer Luxus, marca de luxo da empresa de cama, mesa e banho Buddemeyer, apresenta sua nova coleção de inverno 2024. Em cetim de puro algodão, o Kit Colcha Queen Juliet inclui uma colcha e dois porta-travesseiros em rosa antigo, com detalhes em renda guipure e babados laterais, buscando explorar a elegância da atemporalidade. O conjunto, no valor de R$ 2,38 mil, e outras novidades da coleção estão à venda nas lojas e no site da Casa Almeida (www.casaalmeida.com.br).

Pandora brilha fora da caixa

Joalheria dinamarquesa quer o País entre seus dez principais mercados até 2025 e aposta em coleções inéditas, sustentabilidade e expansão de lojas para crescer

Letícia FRANCO

Essence, uma coleção composta por 50 joias com contornos orgânicos e designs esculturais, é um dos últimos lançamentos da joalheria Pandora no Brasil. A coleção é inédita para a grife internacionalmente conhecida por seus modelos de charms [pingentes para pulseiras] e reforça sua estratégia de ser vista muito além desse segmento — especialmente no reluzente mercado de luxo brasileiro. Com receita de 28,1 bilhões de coroas dinamarquesas (cerca deUS$ 3,94 bilhões), a companhia tem no Brasil seu segundo mercado na América Latina — atrás do México — e figura entre os 20 maiores em uma lista de 140 países. O objetivo agora é levar o País à li-

TENDÊNCIA
Coleção com pérolas e formas orgânicas é pilar das estratégias da marca no País

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

MERCADO
Para Martin Pereyra Rozas, vice-presidente da Pandora na América Latina e Ásia Pacífico, Brasil se destaca por sua relevância regional e diversos perfis de consumidores

derança na América Latina e se tornar top 10 do ranking da joalheria até o final de 2025. A diversificação de portfólio e expansão de lojas estão entre as estratégias da Pandora para brilhar no País.

À frente disso, um executivo já familiarizado com o Brasil. Atualmente no Panamá, o argentino Martin Pereyra Rozas, vice-presidente da Pandora na América Latina e Ásia Pacífico, já foi diretor da Nespresso e do grupo LVMH no País há quase 20 anos. Chegou a Pandora em 2017, como gerente-geral para a América Latina e, sob sua gestão, a joalheria expandiu de 30 para 500 lojas na região. No novo cargo desde o início deste ano, Rozas explicou a predileção pelo Brasil. “São três principais aspectos: volume do mercado, relevância a nível internacional e a oportunidade de aprendizado para a marca, que nutre muito a partir da diversidade e sofisticação da consumidora brasileira”, disse à DINHEIRO.

Só em 2023, a empresa abriu 50 lojas no País, chegando a 159 pontos de venda, sendo 141 próprios. Para esse ano, a companhia estima abrir cerca de 20 unidades. Além disso, Rozas destacou a parceria com joalheiros independentes como uma forma de ampliar o market share fora das capitais. “A parceria da Pandora com esse canal aumenta significativamente a distribuição dos nossos produtos no interior”, afirmou. E o apetite no mercado brasileiro cresce à medida que o setor se expande. Um estudo da da Bain & Company mostrou que o mercado de luxo no Brasil deve movimentar R$ 133 bilhões no país em 2030, um salto sobre os R$ 74 bilhões registrados em 2022, após expansão de 18% ao ano desde 2018. Dentro desse mercado, o segmento de moda e itens pessoais, que inclui joias, pode passar de R$ 18 bilhões para até R$ 20 bilhões, com uma expansão estimada em 8% a 10% ao ano.

SUSTENTABILIDADE Maior joalheria do mundo em volume, com produção de mais de 100 milhões de peças ao ano, a Pandora quer crescer em receita e portfólio com a produção e comercialização de joias com compromisso ambiental. Em fevereiro, o Brasil se juntou ao México, Reino Unido, Estados Unidos e Austrália como os cinco países que receberam a primeira coleção de diamantes da história da marca — e ela é cultivada em laboratório. A grife nunca tinha trabalhado com diamantes, extraídos ou de laboratório. Ainda pouco conhecidos no Brasil, os “lab grown diamonds” estão tomando cada vez mais espaço no universo da joalheria internacional como uma alternativa mais sustentável e ética. São idênticos aos diamantes extraídos, mas criados em laboratório em vez de escavados em uma mina.

Outra novidade sustentável é que, a partir desse ano, toda a produção de joias da marca dinamarquesa passou a utilizar ouro e prata reciclados. A mudança para metais reciclados foi um compromisso firmado em 2020, com meta de cumprir em até cinco anos, mas a empresa alcançou um ano antes da data estipulada — no final de 2023. Hoje, menos de 20% do fornecimento mundial de prata provém de fontes recicladas, normalmente derivados de produtos eletrônicos descartados, joias antigas, prataria e outros resíduos.

EXCLUSIVIDADE
Primeira coleção de diamantes da marca é cultivada em laboratório e está disponível em cinco países, incluindo o Brasil

Além de buscar inovar por meio de coleções e materiais sustentáveis, a grife dinamarquesa segue investindo no seu carro-chefe, os charms, para conquistar diferentes públicos. Por meio dos clássicos itens, a Pandora permite possibilidades de personalização com sucessos de filmes e séries, por exemplo. Recentemente, a companhia anunciou o lançamento de uma colaboração em homenagem a novidade do universo cinematográfico da Marvel, o filme Deadpool e Wolverine. É por meio de novas coleções, sem perder o charme de seus best-sellers, que a empresa quer estar no gosto dos consumidores de luxo no Brasil e brilhar das capitais ao interior.

COLLABS
Em mais uma parceria com a Marvel, Pandora lança charms de Deadpool e Wolverine, seguindo tradição de personalizar joias

Dinheiroemação

POR PAULA CRISTINA

AÇÕES

MAIS DIVIDENDOS NO PRIMEIRO SEMESTRE

As empresas brasileiras pagaram 39% mais proventos entre janeiro e julho de 2024 do que no ano passado, alcançando a cifra de R$ 172 bilhões distribuídos após mais um mês forte de repasses em julho. Os resultados do segundo trimestre das empresas de capital aberto, que ainda estão em curso, devem sustentar o bom momento. Se isso se confirmar, a empresa que mensura o mercado de dividendos estima que a distribuição de proventos em 2024 pode bater recorde. As 10 empresas que mais distribuíram proventos no mês de julho pagaram, conjuntamente, R$ 126,8 bilhões a acionistas.

A melhor pagadora do mês foi a Itaúsa , que repassou R$ 243 milhões, resultando em um dividend yield (retorno apenas com dividendos) de 9,98%. Na sequência aparece a Engie Brasil Energia S.A. , que distribuiu um valor nominal mais elevado, na casa do R$ 1,13 bilhão, alcançando um dividend yield de 9,27%. Quem recebeu o maior montante absoluto de dividendos foram os acionistas da Telefônica Brasil S.A., que obtiveram R$ 1,5 bilhão em proventos no último mês. No entanto, em termos de retorno, a companhia do ramo de telefonia ficou com apenas a sexta colocação, com 5,63% de dividend yield.

2,7 bilhões É o valor a ser pago pela BB Seguridade em dividendos aos seus acionistas. O valor corresponde a R$ 1,39090855697 por ação, a serem pagos no dia 30 de agosto de 2024. Os dividendos terão como base a posição acionária em BBSE3 em 16 de agosto

31 bilhões Serão pagos em dividendos pela petrolífera Saudi Aramco. A maior parte do valor será destinado ao governo saudita, principal acionista da empresa. O lucro líquido da empresa foi de de US$ 29,07 bilhões, abaixo dos US$ 30,83 bilhões registrados no mesmo período do ano passado

BANCOS

BNDES EMPRESTA 196% MAIS AO NORDESTE

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) aprovou R$ 7,7 bilhões em créditos para a Região Nordeste no primeiro semestre deste ano. O volume é 196% superior aos R$ 2,6 bilhões do mesmo período do ano passado, segundo dados divulgados nesta terça-feira (6) pelo banco. Além do aumento da aprovação de crédito, o BNDES ampliou em 47% o volume de desembolsos, ou seja, o repasse de dinheiro do banco para o empreendimento, no mesmo período. O volume passou de R$ 4,7 bilhões no primeiro semestre de 2023 para R$ 6,9 bilhões nos seis primeiros meses deste ano.

Representantes do BNDES estiveram reunidos, em Recife (PE), com o Consórcio do Nordeste, a Sudene, o Banco do Brasil, Caixa e Banco do Nordeste, além de secretários estaduais. Segundo o BNDES, o encontro teve o objetivo de identificar os investimentos das cadeias produtivas estratégicas para geração de emprego e renda e articular a oferta das linhas de crédito, em particular dos bancos públicos federais, às cadeias produtivas dos estados da região.

INÊS 249
TRES
AS MELHORES
DA DINHEIRO
Seja a próxima referência de mercado
Posicione sua empresa como referência no segmento destacando suas práticas, o compromisso com a sociedade e a busca contínua pela excelência. Participe do Prêmio As Melhores da Dinheiro.
Pioneiro na inclusão de questões ambientais, sociais e de governança, com uma metodologia consagrada, o Melhores da Dinheiro é o mais abrangente, criterioso e tradicional prêmio concedido pela imprensa às empresas que se destacaram em seus setores.
O resultado da 21ª edição será divulgado em um número especial da ISTOÉ Dinheiro, a principal revista semanal de Economia, Negócios e Finanças do país.
Inscreva-se até 15 de setembro de 2024
em: asmelhoresdadinheiro.com.br
ISTOÉ
Dinheiro

INÊS 249

NÃO TEM JUSTIFICATIVA. TEMOS A SEGUNDA MAIOR TAXA DE JURO REAL DO MUNDO E SÓ PERDE PARA A RÚSSIA, QUE ESTÁ EM GUERRA

GERALDO ALCKMIN,
Vice-presidente da República

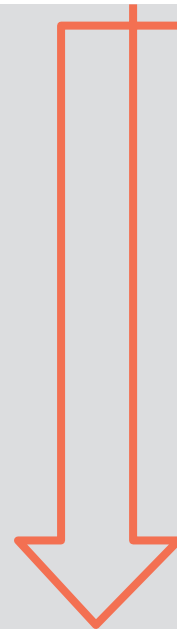
+ 92,7%

Foi o salto no lucro líquido ajustado da Vamos, para R$ 205,5 milhões, no segundo trimestre de 2024. Segundo a empresa, o número, frente a 2023, reflete, principalmente, a evolução operacional da companhia, impulsionada pelo desempenho do segmento de locação. O Ebitda ajustado totalizou R$ 875,7 milhões, 31,6% mais que um ano antes

US$

41 trilhões É o faturamento, somado, das 500 maiores empresas do mundo,segundo lista da Fortune em 2023, em linha com o visto em 2022. Entre elas, nove são brasileiras que, juntas, respondem por US$ 528 bilhões em faturamento.

US$

1 trilhão É a marca que os títulos verdes, ou green bonds, deve atingir pela primeira vez na história em 2024. Com a expansão do mercado, novos instrumentos de dívida sustentável, como os transition bonds, devem se fortalecer, segundo a britânica Climate Bonds Initiative. No primeiro semestre, foram mais de US$ 300 bilhões emitidos em títulos verdes

- 5,6%

Foi a queda no lucro líquido da Ambev, para R$ 2,4 bilhões no segundo trimestre de 2024, sobre um ano antes. No indicador ajustado, o resultado da última linha foi de R$ 2,459 bilhões, com recuo de 8,3%. Segundo a companhia, a queda se deu devido à menor dedutibilidade do imposto de renda no Brasil.

As incertezas no mercado global, em especial nos mercados desenvolvidos, não deixam incólume o mercado de criptomoeda na semana do dia 5 de agosto. Com as bolsas na europa e ásia patinando, o efeito - ainda que sem relação direta - foi um derretimento no valor dos ativos digitais. A redução na capitalização das coin, por exemplo, foi de 19% com uma perda estimada de US$ 270 bilhões. Também foi grande o número de investidores que tiraram seus recursos do ativo. Só em bitcoin foram liquidados US$ 1 bilhão em 12 horas, segundo a CoinGlass. Um abalo mais que real para o ativo etéreo que são os criptoativos.

 FOTO: FLICKR

A ESTRANHA HISTORIA DO YEN JAPONÊS QUE COMPROU NVIDIA

NORBERTO ZAIET
É ECONOMISTA, EX-CEO DO BANCO PINE E FUNDADOR DA PICEA VALUE INVESTORS, EM NOVA YORK

Tomar dinheiro emprestado em uma moeda que paga juros baixos e investir os recursos em outra moeda que paga juros mais altos pode parecer um conceito extravagante para quem olha de fora, mas é algo muito comum no mercado financeiro. É o "carry trade", batizado assim porque, assumindo que a relação de troca entre as moedas se mantenha relativamente constante, é uma operação que pode ser levada (ou "carregada") por muito tempo com resultado positivo – ganha-se com a diferença entre as duas taxas de juros dia após dia.

Alavancar-se em uma moeda para investir em outra é bastante arriscado, apesar de não parecer. A operação mais simples, descrita acima, envolve o risco cambial entre as duas moedas dado que, ao final da transação, o investidor vai precisar converter os recursos investidos de uma moeda para a outra a fim de pagar o empréstimo. Se a moeda onde os recursos foram investidos se desvalorizar em relação à moeda em que os recursos foram emprestados, o que era um resultado positivo dia após dia pode se transformar, de uma hora para outra, em prejuízo.

> **"A volatilidade que se vê nos mercados deve-se em parte à cobertura de operações de "carry trade" que levaram um revés com o movimento de alta de juros do Banco do Japão. Pelo visto, havia muito mais yen comprando Nvidia do que muita gente imaginava"**

A taxa de juros mais baixa do mercado é a do Yen japonês (JPY), fazendo dela a moeda preferida para a alavancagem. Além disso, a volatilidade do JPY é, normalmente, relativamente baixa em relação ao dólar, o que o torna ainda mais atrativo.

Como no mercado financeiro nada é tão arriscado que não possa ficar mais ainda, há diversas variações do "carry trade". Ao final, o mercado acaba usando o JPY como a moeda de funding para toda e qualquer aplicação: toma-se o dinheiro emprestado em JPY para comprar ativos de renda fixa e variável americanos, alemães, portugueses, turcos, brasileiros etc. E, como pouco risco é bobagem, muitas dessas operações são feitas usando margem, alavancando tanto do lado do passivo quanto do lado do ativo.

Quando tudo vai bem é possível ganhar muito dinheiro – e esse é o grande atrativo da alavancagem. O problema é quando vai mal. Dependendo do tamanho do risco, quebra muita gente. No final dos anos 90, o LTCM, um fundo de hedge norte-americano que tinha entre seus sócios alguns prêmios Nobel de economia – inclusive Myron Scholes, conhecido pela fórmula que faz o preço das opções –, quebrou exatamente com esse tipo de operação. O grau de alavancagem do LTCM era tão grande que balançou a estrutura do mercado. Todos os bancos de investimento em Wall Street tinham exposição ao fundo, e Alan Greenspan, então chairman do Federal Reserve, precisou cortar juros para estabilizar o sistema.

A volatilidade que se vê nos mercados, especialmente durante estas últimas semanas, deve-se em parte à cobertura de operações de "carry trade" que levaram um revés com o movimento de alta de juros do Banco do Japão. Pelo visto, havia muito mais JPY comprando Nvidia do que muita gente imaginava. Junte-se a isso um relatório de emprego mais fraco que o esperado, a sensação de alguns no mercado de que o Federal Reserve está atrasado no início do ciclo de queda de juros, a tensão geopolítica no Oriente Médio, a forte e rápida valorização dos mercados desde o final do ano passado e a alta concentração dos índices em poucos papéis e se criam as condições para uma realização significativa do preço dos ativos.

INÊS 249

ARTIGO

POR **MARCOS STRECKER***

SUSTO NAS BOLSAS, PÂNICO NO TRUMPISMO

A virada pessimista na economia acontece no mesmo momento em que o cenário político ganha novo ímpeto com o fenômeno Kamala Harris

Há apenas poucas semanas, a confiança na eleição de Donald Trump era tamanha que os analistas se preocupavam apenas em calibrar o grau das mudanças que ocorreriam na política econômica a partir do seu segundo mandato – basicamente, uma aceleração da escalada protecionista, dólar fortalecido e mais benesses tributárias para os ricos e as grandes corporações. O boom do mercado acionário nos últimos meses e a confiança de que haveria um "pouso suave" na economia, a partir do relaxamento cauteloso do aperto monetário pelo Fed, também aumentavam o cenário de previsibilidade e segurança.

Tudo virou de cabeça para baixo em pouco mais de duas semanas. A entrada triunfal de Kamala Harris na corrida presidencial abalou os alicerces do trumpismo. Ela varreu do mapa os possíveis rivais do seu partido, energizou a base de sua legenda, multiplicou a arrecadação de fundos para a candidatura democrata e colou nas costas do adversário republicano as pechas que Donald Trump despejava à vontade em comícios populistas contra o presidente Joe Biden – idoso, antiquado, arriscado e incompetente. Ela pescou em um dos estados-chave que vão de fato decidir o pleito, no "cinturão da ferrugem" do Nordeste do país, seu candidato a vice: Tim Walz, o governador de Minnesota. Ainda que pareça ser "excessivamente low profile", ou pouco ameaçador para Kamala (o que pode ter justificado a escolha), Walz é um problema adicional para Trump. É espirituoso, de classe média, patriota, ex-militar e se vira bem no vale-tudo retórico do bilionário enrolado na Justiça. Foi Walz quem tascou o apelido de "gente esquisita" para o republicano e seu vice J.D. Vance, que viralizou nas redes sociais. Ponto para Kamala.

Assim como o panorama político mudou, as previsões para a maior economia do mundo ganharam uma reviravolta dramática na última segunda-feira (5), quando as bolsas pelo mundo derreteram contagiadas por uma queda inesperada no mercado acionário japonês. Em um dia, evaporou a confiança na economia global, já que o motor americano começou a dar sinais e fadiga. A visão de um ajuste brando na economia dos EUA foi substituída pela previsão de uma recessão, que, aliás já se desenhava nas entrelinhas das planilhas macroeconômicas. Se de fato a economia americana levar um tombo, as consequências serão globais. A Europa, que mal começava a se recuperar, vai enfrentar uma nova travessia do deserto após a pandemia e a crise energética pela invasão da Ucrânia. A China, que tropeça nos seus próprios problemas internos, vai enfrentar ainda mais dificuldades para retomar a expansão acelerada.

O choque que sacudiu as bolsas na última semana tem várias explicações, mas uma é especialmente preocupante para os otimistas que apostavam na revolução tecnológica da Inteligência Artificial (IA). As ações das gigantes tecnológicas foram especialmente punidas pelas dúvidas com a nova ferramenta. Alphabet (Google), Microsoft, Amazon, Apple e Meta (Facebook, Instagram) vivem um inferno astral após seus investimentos bilionários em IA terem mostrado poucos resultados concretos para os acionistas. O mercado de chips também está em polvorosa, e a exuberância da Nvidia, que atingiu o estratosférico valor de mercado de US$ 3,3 bilhões como maior estrela da IA, parece estar com os dias contados. Para piorar, o Google foi atingido por uma decisão judicial que pode abalar o oligopólio das big techs. Um juiz federal tomou uma decisão histórica contra o maior buscador do mundo, acusado de monopólio e práticas desleais. Essa decisão, junto com a decepção com a nova era prometida pela Inteligência Artificial, pode abalar as gigantes do Vale do Silício, que eram um dos motores, ou o principal motor, do crescimento americano no último período. Tudo isso poucos dias depois de Warren Buffett, um dos "oráculos" do mercado, ter se desfeito de boa parte de suas ações da Apple.

Assim como a economia, a política também parece viver de ciclos. A bolha da internet estourou há pouco mais de 20 anos, mas o avanço da tecnologia digital nunca foi interrompido. O colapso dos mercados financeiros em 2008 não gerou o cenário catastrófico que se imaginava nem impediu a renovação das maiores economias. Espelhando esses movimentos, as próprias democracias liberais, que pareciam com os dias contados pela ação de populistas imitadores de Trump, parecem ganhar novo ímpeto com o otimismo gerado pelo inesperado fenômeno Kamala.

MARCOS STRECKER é jornalista, diretor do Núcleo de Negócios da Editora Três (ISTOÉ DINHEIRO, DINHEIRO RURAL** e **MOTOR SHOW**)*